


*Faire connaître notre environnement et ses enjeux,*
*apporter des solutions concrètes en favorisant l'implication des acteurs.*

# Etude sur le retour de la consigne des bouteilles de vin

Document remis le 25 juin 2014.

Ecrit par Cécile Artale, directrice de l'association Pirouette Cacahuète

**Une étude commandée par le Conseil Général de Côte d'Or**



# Présentation générale

Depuis mars 2013, nous travaillons sur cette étude commandée par le Conseil Général de Côte d'Or : **le retour de la consigne des bouteilles de Marsannay à Santenay.**

**Ecoscience Provence** a tout d'abord fait une **synthèse bibliographique** permettant de mieux connaître la consigne en France et ce qu'elle pourrait apporter au département de la Côte d'Or.

Pirouette Cacahuète a ensuite travaillé en étroite collaboration avec Mathilde Mouchet, chargée de mission pour la prévention des déchets du Conseil Général de Côte d'Or et Jean-Noël Thomas, responsable du service environnement.

Avec **la rencontre des différents acteurs et différents travaux d'investigation**, Cécile Artale, directrice de l'association a vérifié la **faisabilité technique de la consigne**, puis a établi **différents scénarios tout en motivant des premiers expérimentateurs.**

Ce rapport est constitué de :

- **Trois parties** : méthodologie employée, faisabilité technique et économique et le plan de développement sur trois ans.
- Dans chaque partie, vous trouverez **une présentation générale** qui vous en donnera une vision synthétique ainsi que les **détails du travail réalisé**, **de ses conclusions et des propositions faites**.
- Toutes les **annexes** sont **regroupées en fin de document**, dont un tableau avec les **contacts de toutes les personnes pouvant permettre la mise en place des premières expérimentations (annexe 24).**

Nous remercions les services du Conseil Général de Côte d'Or de nous avoir fait confiance tout au long du projet ; Ecoscience Provence pour nous avoir fait profiter de son expérience et pour les contacts donnés ; la C.A.V.B. pour son soutien logistique en termes de communication et le président du Conseil Général de Côte d'Or pour croire qu'aujourd'hui la réutilisation des bouteilles de vin en Côte d'Or est possible !

Bonne lecture…

# Sommaire

# Partie 1 : Méthodologie employée

## 1.a - Présentation générale

Après l'étude bibliographique, la méthodologie employée s'est déroulé en deux temps :

Un **premier temps**, où nous avons mené de front :

- Une **étude de la faisabilité technique et économique** du retour de la consigne des bouteilles par la rencontre d'acteurs techniques : entreprise de lavage des bouteilles, fabricants d'étiquettes…

- Une **enquête auprès des viticulteurs, restaurateurs et cavistes** afin de mieux connaître leurs contraintes techniques et faire connaître le projet.

- La **mobilisation des acteurs institutionnels**, des associations regroupant des professionnels du vin.

Dans un **second temps**, nous avons organisé une **journée technique le 23 janvier** 2014 visant à communiquer sur le projet et à rencontrer des viticulteurs.

Puis dans un **troisième temps**, face au peu d'engagement de la profession de façon collective, nous sommes allés directement à la **rencontre physique des viticulteurs, des restaurateurs et des cavistes** pour rechercher des premiers expérimentateurs et mieux appréhender les freins et leviers d'une telle démarche.

**C'est cette relation plus personnelle qui aujourd'hui porte ses fruits. 5 viticulteurs, 2 cavistes et 3 restaurateurs sont près à expérimenter la consigne dans des formes différentes.**

Après avoir vérifié que les conditions techniques et économiques sont réunies, une méthodologie basée sur la mise en place d'une expérimentation progressive est aujourd'hui nécessaire. La rencontre physique et individuelle des viticulteurs nous permet de trouver des arguments pour les faire entrer dans la démarche en nous appuyant sur leur vécu ou sur des pratiques déjà mises en place (récupération de cartons, lavage des bouteilles de dégustation…).

Nous espérons que le temps nécessaire entre la fin de l'étude et la mise en place de l'expérimentation ne sera pas trop long car nous craignons que la dynamique mise en place soit ralentie.

# 1.b - Détails du travail effectué

## A. Rencontres avec des acteurs techniques

### a) Entreprise Serge Cheveau

Nous avons rencontré Stéphane Cheveau, responsable de production le 23 mars 2013. (Compte-rendu - Annexe 1).Nous avons visité son entreprise et nous sommes assurés que les conditions techniques pour le lavage des bouteilles étaient réunies .

Stéphane Cheveau nous a fait part d'une expérience qu'il avait menée, il y a une dizaine d'années, où il ramassait chez les restaurateurs les bouteilles de vin vides. Il leur achetait 0,01€ chaque bouteille, qu'il lavait puis revendait en occasion. Il a du arrêter pour plusieurs raisons :

- les bouteilles étaient mal triées : des bouteilles d'eau, de boissons sucrées étaient mélangées à celle de vin.

- l'arrivée des étiquettes adhésives à colle non soluble réduisait le nombre de bouteilles lavables et donc revendables.

Nous avons pu ainsi identifier qu'un des principaux freins du retour de la consigne des bouteilles serait la question des étiquettes. En échangeant avec Stéphane Cheveau, il nous a conseillé d'aller voir RGB, imprimerie appartenant au Groupe Cheveau.

### b) RGB

Nous avons rencontré Maud Perez de l'imprimerie RGB le 24 avril 2013 (Compte-rendu : Annexe 2) Nous avons d'abord visité l'imprimerie afin de découvrir les étapes d'impression et les différents composantes des étiquettes. Puis Maud Perez nous a informés que l'un de leurs collaborateurs, Monsieur Buissonnière, aujourd'hui décédé, avait mis en place avec UPM Raflatac et l'entreprise Serge Cheveau, des séries de test pour l'amélioration de l'étiquette adhésive à colle soluble développée par ce fabricant UPM Raflatac.

Nous avons pu comparer les échantillons de cette gamme d'étiquettes à ceux des gammes classiques. Nous avons ensuite pris contact avec Marie-Claire Brikke d'UPM Raflatac afin qu'elle nous envoie des échantillons des papiers aujourd'hui disponibles en colle soluble.

### c) Tresh

Ce rendez-vous (Compte rendu - annexe 3) nous a permis d'avoir une vision historique de la consigne, cette entreprise ayant consigné jusqu'à 150 millions de bouteilles par an contre 5 millions aujourd'hui.

Nous avons pu voir l'organisation mise en place, principalement la livraison par casiers plastiques permettant aux bouteilles de ne pas s'entrechoquer et d'être stockées à la verticale.

### d) Bourgogne Boissons

En discutant avec Claude Parisse, directeur de Bourgogne Boissons, nous avons constaté que le principal frein pour la consigne auprès des restaurateurs serait le tri des bouteilles entre les restaurants et les viticulteurs. (Compte-rendu - annexe 4)

### e) Un caviste : du vin au vert

Ce rendez-vous nous a permis de rencontrer une première caviste intéressée par la démarche. Elle a déjà mis en place un système de sac que ses clients rapportent à chacun de leur achat. La consigne lui semble une suite logique à son travail, puisqu'elle ne vend que des vins bio ou en biodynamie. (Compte-rendu - annexe 5).

### f) Un restaurateur : l'âge de raisin

Ce restaurateur bar à vins de la rue Berbisey à Dijon travaille en direct avec des viticulteurs. Il est intéressé par la démarche. Par contre, il est inquiet par le stockage des bouteilles n'ayant que très peu de place.

## B. Enquête par mailing

Afin d'envoyer l'enquête rapidement (Questionnaire de l'enquête - annexe 6), nous avons saisi les coordonnées de 496 viticulteurs grâce à un fichier papier issu du BIVB. Puis après un deuxième rendez-vous avec la C.A.V.B., nous avons profité d'un envoi fait par leurs soins à 938 viticulteurs. 50 viticulteurs ont répondu.

### Les principaux résultats

- **60% des viticulteurs sont favorables au retour de la consigne des bouteilles** principalement par souci économique et écologique.
- **56% des viticulteurs procèdent déjà à du lavage de bouteilles**.

- **Conditions techniques :**
- 74% des exploitations sont accessibles en semi-remorque.
- 52% des viticulteurs se rendent régulièrement à une plateforme ou une coopérative.

- **Relation à la clientèle :**
- 64% des viticulteurs pensent qu'il sera difficile de solliciter leur clientèle locale pour rapporter leurs bouteilles.
- 74% des viticulteurs pensent qu'il n'est pas envisageable de récupérer leurs bouteilles auprès des restaurateurs ou supermarchés.

- **Vignerons intéressés par la démarche**

Seuls 2 viticulteurs seraient prêts à participer à des ateliers de travail. 6 autres semblent très motivés par la démarche.

- **Bouteilles :**

**Nombre de bouteilles produites et clientèle :**

- Seulement 50 viticulteurs mettent en bouteilles plus de 7.000.000 de bouteilles par an !
- Sur 50 viticulteurs, les bouteilles vendues localement (pour ceux qui l'ont indiqué) représentent :
  - 580 891 directement à des particuliers,
  - 543 225 en supermarchés, superettes et épiceries,
  - 523 990 chez des restaurateurs, hôteliers et bars,
  - 142 800 chez des cavistes et grossistes,

**Prix d'achat des bouteilles :**

- 50% des viticulteurs achètent leurs bouteilles entre 25 et 40 cts l'unité.
- 58% des viticulteurs n'utilisent qu'un seul modèle de bouteille. 17 viticulteurs utilisent la Bourgogne Tradition mais avec des teintes et des bagues différentes.

- **Etiquettes**

- Les viticulteurs achètent leurs étiquettes à de nombreux fournisseurs.
- 88% ont un fournisseur régulier.

### Conclusion de l'enquête

Cette enquête (Résultats complets - annexe 7) nous aura permis de mieux connaître les habitudes des viticulteurs. Nous avons également pu identifier des viticulteurs curieux de la démarche que nous avons ensuite relancés pour la journée du 23 janvier et la recherche de viticulteurs expérimentateurs.

Nous avons également recensé les freins émis par les viticulteurs et chercher les réponses que nous pourrions apporter (Liste des freins cités dans l'enquête et solutions à apporter- annexe 8).

## C. Rencontres avec les acteurs institutionnels

### a) la C.A.V.B.

*La Confédération des Appellations et des Vignerons de Bourgogne (C.A.V.B) est une fédération de viticulteurs et de syndicats d'appellations reconnues Organismes de Défense et de Gestion (O.D.G.). Elle regroupe 51 O.D.G. bourguignonnes dont 38 côte d'oriennes, et 4500 viticulteurs (indépendants et coopérateurs), dont 1400 côte d'oriens.*

*« La CAVB assure la défense des intérêts collectifs de tous ceux qui concourent à la production des vins d'AOC gérés par les O.D.G., membres de la C.A.V.B. Elle examine les mesures juridiques, économiques, législatives et réglementaires en lien avec les intérêts de la production et est amenée à se mettre en relation avec les instances concernées par ces mesures pour le cas échéant discuter et émettre de nouvelles propositions ou modifications à ces organismes publics (douanes, fraudes, INAO, FranceAgrimer, MSA, etc…) » (pour en savoir plus, www.cavb.fr)*

Trois rencontres ont eu lieu avec la C.A.V.B. : une première avec Marion Saüquères, directrice-adjointe et responsable technique, afin de lui présenter l'étude, puis deux avec Séverin Barioz, directeur de la C.A.V.B.. Mathilde Mouchet, chargée de mission prévention des déchets et Jean-Noël Thomas, Responsable du Service Environnement et Milieu naturel, étaient présents lors des rencontres avec ce dernier.

**Ces rencontres nous ont permis** :

- d'**envoyer l'enquête par mail** par leur intermédiaire ce qui a permis un plus grand nombre de réponses que la même enquête envoyée par nos soins,

- de **participer à leur réunion « post-vendanges** » afin de présenter l'étude : néanmoins, notre intervention étant placée en fin de journée, nous n'avons eu que peu de viticulteurs présents. Lors de cette réunion, nous avons pu prendre la mesure de la difficulté de notre tâche, les viticulteurs prenant la parole suite à notre intervention étant plutôt hostiles au projet : peur d'une taxe supplémentaire, difficulté de se projeter dans une démarche collective…

- de faire apparaître dans deux de leurs**« vinonews »**, lettres adressées à leurs viticulteurs adhérents, un article sur l'étude en cours.

La C.A.V.B sera, pour la suite du projet, un acteur incontournable dans l'information auprès des viticulteurs. Elle devrait également être un acteur de la négociation qui devra avoir lieu avec l'Adelphe concernant la contribution sur les emballages.

### b) Le B.I.V.B

*Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (B.I.V.B) est une association qui regroupe viticulteurs et négociants, afin d'en définir les orientations stratégiques. « L'interprofession représente et défend les intérêts des vins de Bourgogne. Pour cela, elle mène des actions auprès des publics professionnels et amateurs, tout en apportant un soutien technique et des conseils sur les marchés aux professionnels. » Elle est composée de 4 pôles : Technique et qualité, Marché et développement, Marketing et Communication et Administratif et financier.*

Nous avons rencontré Gaspar De Surmont, qui remplaçait Claire Vernet, responsable du développement durable, alors en congés maternité. Ce rendez-vous nous a permis de comprendre le rôle du B.I.V.B. véritable « V.R.P. » des vins de Bourgogne. Le B.I.V.B. mène des actions liées au développement durable, comme en témoigne l'organisation de la « Semaine du Développement Durable », enjeux et innovations en Bourgogne, du 2 au 5 avril 2013, des conférences et ateliers organisés à Beaune, Gilly les Citeaux, Chassagne…

### c) Chambre d'agriculture

Nous avons rencontré, Vanessa Vermot Des Roches du service Productions Végétales – Viticulture. Lors de cet entretien, nous avons pu comprendre le rôle joué par la Chambre d'Agriculture auprès des viticulteurs notamment par des conseils liés à la réduction des produits phytosanitaires.

Nous avions envisagé que les plateformes de lavage pourraient être un lieu de collecte des bouteilles. Nous l'avons donc interrogé à ce propos. A ce jour, il en existe deux : une à Meursault, l'autre à Volnay. D'autres sont en cours de réflexion. Vanessa Vermot Des Roches pensait envisageable le fait d'installer des palettes de collectes dans les aires de lavage, mais vous verrez que ce n'est pas une option que nous avons retenue.

## Conclusion des rencontres avec les acteurs institutionnels

Ces trois acteurs institutionnels, incontournables du monde viticole, n'ont pas joué le rôle de « haut-parleur » que nous escomptions, probablement peu habitués à ce type de démarche. Nous espérons qu'ils seront plus présents lors des phases d'expérimentation.

## D. Organisation d'une journée technique le 23 janvier 2014

Avec les services du Conseil Général de Côte d'Or, nous avons décidé d'organiser une journée technique le 23 janvier 2014 à Ladoix Serrigny avec une visite de l'entreprise Serge Cheveau et une après-midi sur les autres conditions techniques : étiquettes, mise en place comptable de la consigne…

### Objectifs de la journée

- **Communiquer sur l'avancement de** l'étude sur le retour de la consigne des bouteilles auprès des partenaires institutionnels, élus, viticulteurs, grand public…

- **Démontrer la faisabilité technique** du retour de la consigne des bouteilles afin de trouver des premiers expérimentateurs.

### Programme de la journée (Invitation - annexe 9)

Cette journée comprenait deux parties :

- le matin, la visite de l'entreprise Serge Cheveau menée par Stéphane Cheveau.

- L'après-midi, différents ateliers :

  - Rappel des intérêts écologiques, économiques de la consigne (Mickaël Schneider d'Ecosciences Provence)
  - Intervention d'UPM Raflatac au sujet de leurs étiquettes,
  - Présentation de la méthode comptable concernant la consigne,
  - Discussion autour de la contribution adelphe et des pistes de négociations possibles,
  - Présentation du logo d'Ecoscience Provence et échange sur la communication.

### Public et fréquentation

- **Relance téléphonique**

Nous avons procédé à une relance téléphonique des 50 viticulteurs ayant répondu à l'enquête et de 50 autres en privilégiant ceux des Côtes et Hautes-Côtes de Nuit qui à priori exportent le moins. Nous avons également relancé les présidents des O.D.G., soit au total 120 personnes.

Ce travail long et fastidieux n'a malheureusement pas porté ses fruits pour la journée du 23 janvier, mais il a permis de reparler de la démarche plus de 6 mois après la première enquête. Il nous a permis d'identifier des viticulteurs intéressés que nous avons relancés ensuite pour trouver les viticulteurs expérimentateurs.

- **Public présent**

- 3 viticulteurs : Béatrice Dubois (Prémeaux-Prissey), Hubert Camus (Nuits Saint-Georges) et Chantal Durrieu( Monthelie).
- 4 élus du Conseil Général : François Sauvadet, Jean-Pierre Rebourgeon, Denis Thomas, Henri Julien
- 2 représentant des acteurs institutionnels : Séverin Barioz (CAVB), Guillaume Willette (syndicat des Bourgognes)
- 3 agents du Conseil Général : Jean-François Ingargiola, Jean-Noël Thomas, Mathilde Mouchet
- 2 élus du territoire : Alain Suguenot (député), Chantal Gauthray (1ère adjointe de Ladoix)

- 2 acteurs de la prévention des déchets : Frédéric Jan (Ademe), Delphine Perrin (animatrice prévention des déchets du Pays de Nuits Saint Georges).
- 1 journaliste : Bien Public
Auxquels s'ajoutent les intervenants : Ecosciences Provence (3 personnes), Pirouette Cacahuète (1 personne)
Soit une vingtaine de personnes.

### Résultat de la journée

Malgré une fréquentation faible des viticulteurs, cette journée a été déterminante dans le projet. La présence de François Sauvadet et son engagement vis-à-vis du projet ont permis de donner un signe fort aux partenaires et notamment aux acteurs institutionnels. Les articles dans la presse Bien Public (article - annexe 10) et journal du Conseil Général ont donné une meilleure lisibilité du projet au monde viticole.

## E. Appels téléphoniques et rencontres physiques des acteurs

Suite à la journée du 23 janvier et face au peu de mobilisation des viticulteurs, le Conseil Général de Côte d'Or a décidé de nous octroyer un marché complémentaire visant à nous donner plus de temps pour aller à la rencontre des viticulteurs de façon plus individualisée. Le but recherché était de trouver 5 viticulteurs, 1 caviste, 1 restaurateur prêt à se lancer dans une première expérimentation.

### a) Les viticulteurs

- **Choix des viticulteurs sollicités**

- Sur les 18 viticulteurs dits intéressés lors de notre relance pour la journée du 23 janvier 2014, seuls 3 ont souhaité nous rencontrer, beaucoup pensant que cela ne valait pas la peine puisqu'ils exportent principalement.

Nous avons donc pris notre téléphone en choisissant :

- des viticulteurs inscrits dans le guide « En route vers les Bourgognes », document édité par le BIVB.
- des viticulteurs des Côtes et Hautes-Côtes de Nuits qui à priori exportent moins.

En tout, ce sont plus d'une quarantaine de viticulteurs avec lesquels nous avons échangé. Nous avons obtenu 7 rendez-vous.

- **Premier appel**

Celui-ci vise à faire connaître la démarche engagée et d'échanger avec le viticulteur sur son ressenti. S'il parait intéressé, nous lui proposons un rendez-vous physique en nous ayant assuré qu'il avait bien une clientèle locale et un lieu de stockage à l'abri de la lumière.

- **Rendez-vous**

Nous avons mis en place une grille de diagnostic (annexe 11) qui devait nous servir de guide pour notre échange avec les viticulteurs. Nous nous sommes rendu compte qu'il nous fallait d'abord une conversation moins formelle avec les viticulteurs pour gagner leur confiance. Certains ont eu besoin de nous faire visiter leur exploitation, d'autres nous ont reçu dans leur cave autour d'un tonneau…

Nous avons essayé pour chacun d'obtenir un maximum d'informations afin de nous assurer de la pertinence qu'il devienne expérimentateur et surtout d'avoir leur accord de principe.

Nous avons rencontré 7 viticulteurs pour finalement en garder 5 comme viticulteurs-expérimentateurs :

- **Domaine François Trapet à Gevrey Chambertin** : un petit domaine qui vend surtout au négoce et qui travaille pour étendre ses ventes aux particuliers. La consigne accompagnerait pour eux cette démarche. (Compte-rendu annexe 12)

- **Domaine Dubois à Premeaux-Prissey** : un gros domaine (100.000 bouteilles par an) mais avec une petite clientèle locale. Ils ont envie de lancer l'expérimentation avec les restaurateurs avec lesquels ils travaillent. Béatrice Dubois fait partie de l'association « Femmes et Vin de Bourgogne. (Compte-rendu - annexe 13)

**- Domaine Vincent et Denis Berthaut à Fixin** : un petit domaine qui pourra mener son expérimentation sur sa clientèle de particuliers locaux, sur les bouteilles achetées pour des mariages et avec quelques restaurateurs proche de son exploitation. (Compte-rendu - annexe 14)

- **Domaine Olivier Manuel à Concoeur et Corboin** : un gros domaine (120.000 bouteilles par an) qui lave déjà ses bouteilles de dégustation et certaines que sa clientèle lui rapporte. La consigne est donc une suite logique de ces démarches. (Compte-rendu - annexe 15)

- **Domaine Ghislain Kohut à Couchey** : un domaine de taille moyenne (25.000 bouteilles par an), mais qui est celui parmi les 5 qui a la plus grande clientèle de particuliers locaux (7.000 bouteilles par an). (Compte-rendu - annexe 16)

Deux viticulteurs ne deviendront pas expérimentateurs :
- **Domaine Guy Simon et fils** : Guy Simon, viticulteur « sénior » réutilise depuis longtemps les bouteilles en demandant à ses clients de lui en rapporter. Il récupère toutes les bouteilles, les siennes comme celles des autres, qu'il fait laver chez Cheveau et qu'il réutilise. Il vend notamment à l'avance des pièces de vin pour des sociétés de chasse (1.200 bouteilles) qu'il met en bouteille dans celles récupérées qui lui reviennent ensuite. Il a constaté au fur et à mesure des années qu'il avait de plus en plus de mal à récupérer ses bouteilles. Il attribue cela à la mise en place des containers à verre, les clients ayant l'impression qu'ils font « bien » en les mettant dans le circuit de recyclage.
Une idée venue de lui : celle de créer une affiche d'information sur la consigne car il constate que souvent lors des dégustations, les clients regardent ce qui est affiché au mur.
Guy Simon n'est plus au stade de l'expérimentation puisqu'il pratique la réutilisation des bouteilles depuis de nombreuses années.

- **Domaine Jérôme Fornerot à Saint-Aubin** : il lave déjà ses bouteilles de dégustation. Au cours de notre discussion, il est apparu qu'il vendait surtout en salon, et qu'il ne pourrait donc pas augmenter son nombre de bouteilles récupérées.

### Constat suite à ces différents rendez-vous avec les viticulteurs

Les viticulteurs et viticultrices rencontrés ont eu un grand besoin de rentrer dans une relation de confiance avec leur interlocutrice. Il a été donc difficile de mener l'entretien de façon systématique

avec la grille prévue. Il a fallu arriver à avoir les informations signifiantes au fil de la conversation ou les rappeler dans un second temps pour les compléter.

Il a été difficile d'avoir dans ce premier rendez-vous des chiffres, car les viticulteurs et viticultrices ont fait part de leur sentiment d'être assaillis par les formalités administratives. Les exploitations sont très différentes, il semblait plus important de trouver avec chacune un point de démarrage de l'expérimentation.

Le constat également fait lors des entretiens téléphoniques, c'est que peu de viticulteurs vendent de grandes quantités à des particuliers, restaurateurs ou cavistes. Nous ne pourrons pas dans cette première expérimentation valoriser la quantité de déchets, mais plutôt la mise en place de nouvelles pratiques à généraliser.

### b) Les restaurateurs et cavistes

- **Choix des restaurateurs et cavistes sollicités**

Nous avons :
- repris **contact avec les restaurateurs et cavistes rencontrés ou sollicités lors de la première partie de l'étude**.
- été **une journée à Beaune avec quelques rendez-vous pris au préalable et du « maraudage »** ensuite.
- appelé **quelques restaurateurs dijonnais**.

Au total, ce sont une dizaine de cavistes qui ont été appelés et une quinzaine de restaurateurs.

- **Rendez-vous physique ou téléphonique**

**Les cavistes :**

- **Du vin au vert à Dijon** : Audrey Kénocar, la gérante que nous avions rencontrée en début d'étude, souhaite rentrer en expérimentation. Elle a valorisé cette démarche dans le dispositif mis en place par le Grand Dijon et les commerçants de Dijon visant à « labelliser » les commerçants mettant en place des actions en lien avec le développement durable. Elle attend le feu vert concernant l'expérimentation pour en reparler aux viticulteurs côte d'oriens avec qui elle travaille (Compte-rendu - annexe 17).

- **Les vins de Maurice, Nicolas, Vinoboam, La boutique des domaines à Beaune** : En échangeant avec ces cavistes beaunois, nous avons pu comprendre que la clientèle beaunoise préférait aller directement chez les viticulteurs, les cavistes vendant principalement aux touristes.

- **Maison Denis Perret à Beaune** : un caviste regroupant plusieurs gros domaines beaunois : Joseph Drouhin, Louis Jadot, Bouchard Père et Fils, Louis Latour. Comme ses confrères, il nous a confirmé qu'une partie de ses ventes allaient vers une clientèle étrangère, mais semblait plus nuancé. La personne rencontrée nous a demandé de prendre contact avec les grandes maisons car d'eux dépendent la décision.

Nous avons pris contact avec la Maison Joseph Drouhin et avons eu la responsable qualité. Plusieurs freins sont apparus : traçabilité, décret européen… dont nous reparlons dans la partie faisabilité technique.

- **Au vieux Millésime, O Gré du Vin** à Dijon nous ont fait part de leur manque de place pour le stockage. Par contre, si un ramassage était mis en place de façon hebdomadaire, il serait partant pour mettre en place la consigne avec leur clientèle.

### Les restaurateurs

- Le **Bistrot Bourguignon, les Chevaliers, Loiseau des vignes** à Beaune et les **13 lucioles** et **Loiseau des Ducs** à Dijon : 5 restaurateurs nous ayant fait part de leur intérêt pour la démarche. Néanmoins, il ne pense pas envisageable de trier et de stocker les bouteilles des vignerons avec lesquels ils travaillent car les ramassages se feraient trop épisodiquement. Est née alors l'idée d'un ramassage hebdomadaire par un prestataire qui trierait les bouteilles et les revendraient à l'entreprise Cheveau.

(Compte-rendu des différents rendez - annexe 18)

## Constat suite aux rendez-vous avec les restaurateurs et cavistes

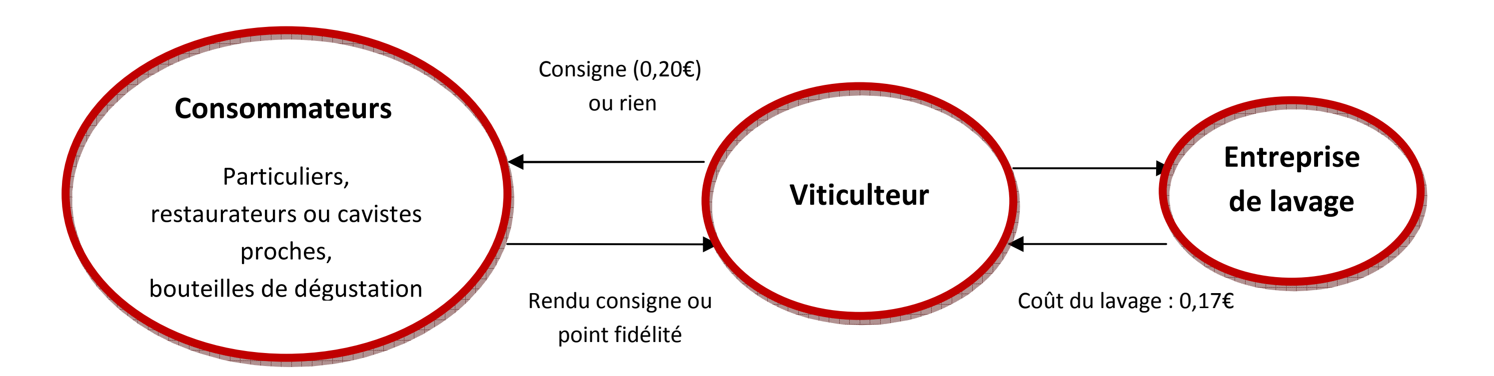
Tous, mise à part du Vin au Vert, ont évoqué leur problème de stockage et/ou du grand nombre de viticulteurs avec qui ils travaillent. Généraliser la redistribution par les restaurateurs des bouteilles aux viticulteurs ne semble donc pas envisageable. Nous vous proposons en partie 2 et 3 une autre solution : celle d'un ramassage, d'un tri et d'une revente des bouteilles en occasion.

# Partie 2 : Synthèse de faisabilité

## 2-a : Présentation générale

De l'ensemble des rendez-vous et de nos diverses recherches, nous en arrivons à plusieurs scénarios qui demandent des conditions de faisabilité différentes :

### A. Hypothèse 1 : retour des bouteilles chez les viticulteurs par les particuliers et les restaurateurs proches




Ce scénario pourra assez facilement se mettre en place. Pour qu'il fonctionne, il faut :

- Que le viticulteur travaille avec son imprimeur pour avoir des étiquettes adhésives à colle soluble et qu'il rajoute le picto de la consigne ;
- Qu'il fasse un travail de communication auprès de sa clientèle ;
- Qu'il stocke les bouteilles vides sur une palette dans un endroit à l'abri du gel et de la lumière ;
- Que lorsque la palette est pleine, il appelle l'entreprise Serge Cheveau pour qu'elle passe chercher ses bouteilles et lui rapporte une fois lavées.

Economiquement, le viticulteur économise la différence entre le prix d'achat de ses bouteilles (entre 0,25€ et 0,45€) et le prix du lavage (0,17€) auquel un éventuel petit surcout de l'étiquette (moins de 0,01€).

Néanmoins, cela ne pourra pas se faire dans un premier temps avec une consigne monétaire, les viticulteurs craignant que leur clientèle le vive comme quelque chose de négatif et pensant que les 0,20€, montant fixé par un décret de 2001, ne soit pas incitatif.

Si l'on souhaite mettre en place une consigne monétaire, un travail de lobbying devra être fait pour que les montants soient revus à la hausse.

Ce scénario, les conditions techniques étant réunies (voir ci-dessous) nécessitera surtout un gros travail de communication :

- Expérimentation avec les 5 viticulteurs pour les rassurer sur le décollage des étiquettes, les accompagner dans les démarches de communication auprès de leur clientèle, chercher avec eux des « niches » de bouteilles à récupérer (mariages, anniversaires…),
- Réalisation d'une communication : affiche pour les caves, tract à distribuer à la clientèle, page internet valorisant les viticulteurs étant dans la démarche…,
- Rendez-vous avec les imprimeurs travaillant avec les vignerons pour les sensibiliser et les inciter à proposer à leurs clients des prix d'étiquettes adhésives à colle soluble,
- Communication auprès des viticulteurs en nous appuyant sur l'expérimentation menée avec les 5 viticulteurs « recrutés » pour élargir ceux entrant dans la démarche.

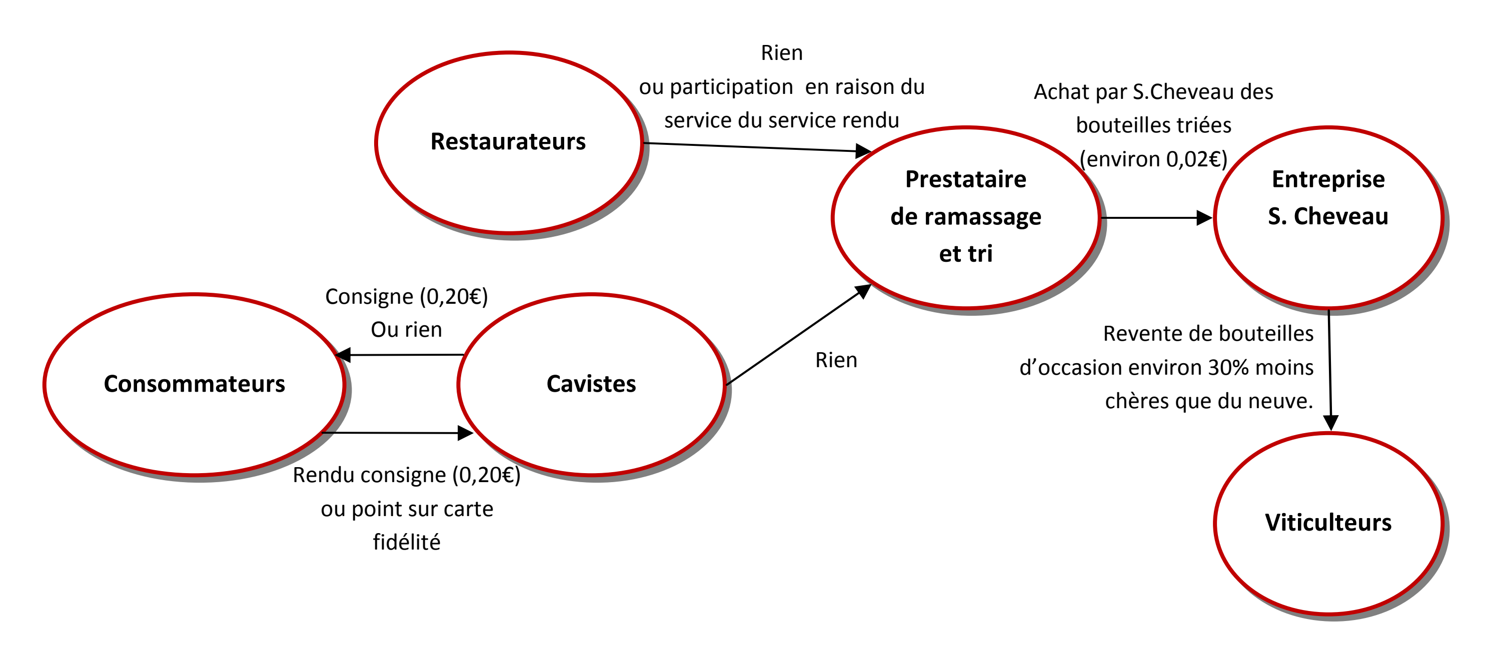
Néanmoins, pour les grosses maisons (exemple : Joseph Drouhin), nous nous heurtons à la question de la traçabilité des bouteilles et au fait que l'entreprise Serge Cheveau ne soit pas certifiée.

En effet, ces grandes maisons mettent en place avec leur responsable qualité, des suivis de traçabilité en inscrivant sur la bouteille un numéro de lot correspondant à la fois à un vin embouteillé et à un lot de bouteilles achetées. En cas de problème sur la bouteille, ils se retournent sur leur fournisseur de bouteilles grâce au numéro de lot.

Nous pourrions imaginer de mettre en place un scénario différent en respectant les normes HACCP, si l'entreprise S.Cheveau recevait une certification.

## B. Hypothèse 2 : Ramassage des bouteilles chez les restaurateurs et les cavistes

Suite à nos différents rendez-vous et au constat du manque de place de stockage chez les cavistes et les restaurateurs, nous avons écarté la possibilité de généraliser la consigne avec un retour des bouteilles chez les viticulteurs.
Il nous semblerait néanmoins pertinent de mettre en place à Beaune et à Dijon en raison du grand nombre de restaurants (109 à Beaune, 341 à Dijon) et de cavistes (43 à beaune et 27 à Dijon) un service de ramassage et de tri des bouteilles pour une revente en occasion.



Pour que ce scénario fonctionne, il faut :

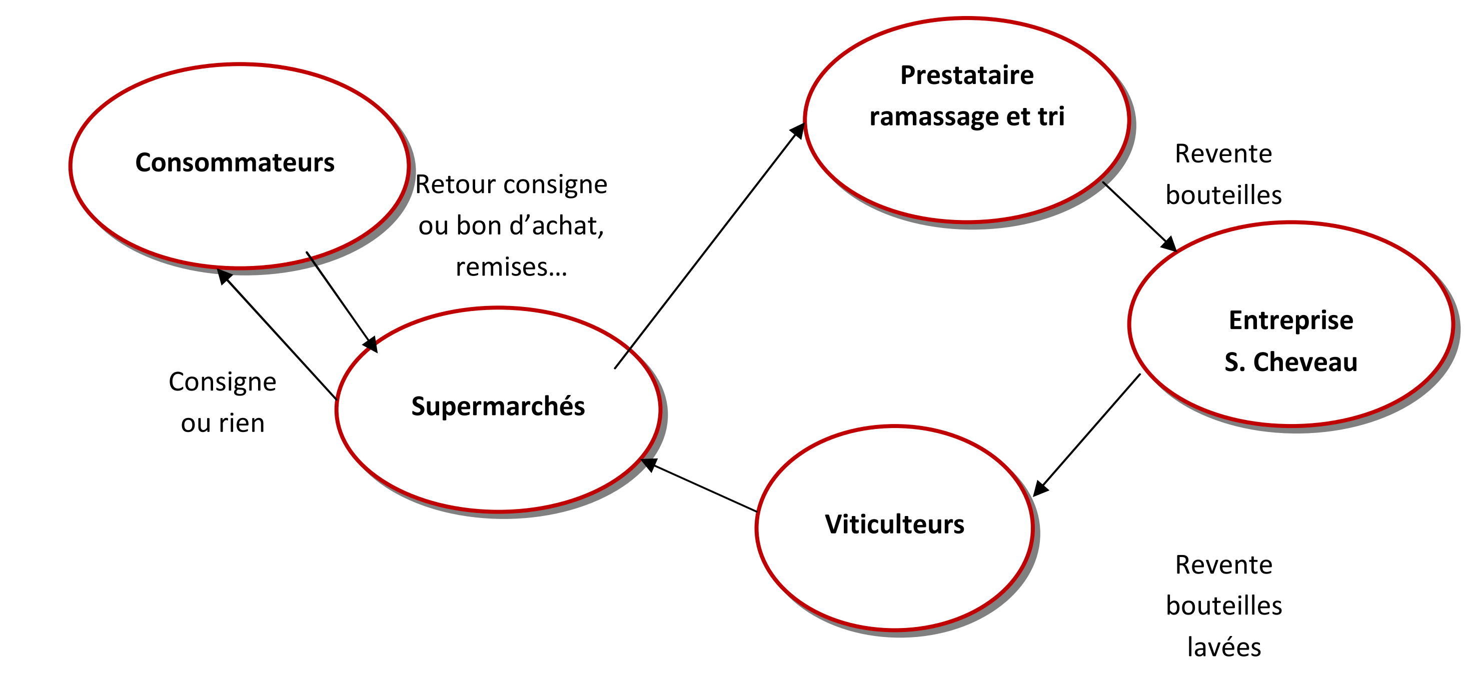
- Une **étude économique** pour s'assurer de la faisabilité économique même si des expériences similaires montrent que cela est réalisable.

- Un **important travail de communication** :
  - Pour sensibiliser viticulteurs et imprimeurs pour qu'ils n'utilisent plus que des étiquettes à colle soluble. Un argument à utiliser est le fait qu'ils pourront laver leurs bouteilles de dégustation sans problème (pour exemple, le château de Pommard a 10.000 bouteilles de dégustation à laver chaque année). Le picto de la consigne pourrait être apposé dès utilisation de ces étiquettes pour les différencier.
  - Pour favoriser quelques modèles de bouteilles (Tradition feuille de chêne par exemple déjà beaucoup utilisée)
  - Si le service de ramassage n'est pas financé par les collectivités, pour faire adhérer les restaurateurs au ramassage.

## C. Hypothèse 3 : consigne dans les supermarchés

Cette troisième hypothèse nécessiterait quelques pré-requis :

- L'utilisation massive par les imprimeurs et les viticulteurs des étiquettes à colle soluble ;
- L'achat de machines de consigne et l'embauche de personnes pouvant trier les bouteilles (une première expérimentation pourrait être envisagée avant généralisation).
- En l'absence d'un retour de la consigne obligatoire, un accord avec les supermarchés pour qu'ils accordent des remises à ceux qui rapporteront leurs bouteilles.




Nous vous proposons ci-après de retrouver les différentes conditions techniques et financières nous ayant amenés à ces différents scénarios.

Dans le plan de développement (partie 3), nous détaillerons la manière de les mettre en place.

# 2-b : Conditions techniques

Nous nous sommes tout d'abord assurés de la faisabilité technique en étudiant :

- Les bouteilles : type, lavage, transports, stockage…
- Les étiquettes,
- Les machines de consignation.

## A. Les bouteilles

Lors de notre étude, nous avons constaté qu'il existait un grand nombre de combinaisons entre les modèles de bouteilles, leurs teintes, leurs bagues, leurs longueurs de col… Certaines bouteilles sont même personnalisées par certains domaines.

| Modèle | Bourgogne tradition | Bourgogne classique | Bourgogne grand cru | Bourgogne séduction | Evolution |
|---|---|---|---|---|---|
| Teinte | Feuille morte | Chêne | Antique | Blanche | Cannelle |
| Bague | Cétie | Carrée | | | |
| Col | 66mm | 55mm | | | |

Toutes ces données se combinent pour donner un nombre important de modèles.

Lors de notre enquête par mail ainsi que lors des rencontres physiques avec les viticulteurs, ils nous ont fait part de leur souhait de conserver leurs modèles de bouteilles. Il nous semble difficile à cette étape du projet de mettre en place un modèle unique pour tous les viticulteurs.

Dans le cas où chaque viticulteur récupère ces bouteilles, cette grande variété de bouteilles n'est pas un souci. En effet, dans l'enquête ou lors de la rencontre avec les viticulteurs expérimentateurs, il apparaît que peu d'entre eux aient plus de 4 modèles différents. Or, l'équipement de l'entreprise Serge Cheveau permet de trier ce nombre de modèles.

Lors de l'enquête par mail, nous avons tout de même constaté que la Bourgogne Tradition Feuille Morte bague cétie était la bouteille la plus utilisée. Nous pensons qu'il sera nécessaire de promouvoir ce modèle de bouteille lors de la communication auprès des viticulteurs afin de les amener sur l'idée d'une bouteille unique ou en attendant, sur la possibilité d'augmenter un marché d'occasion.

## B. Le lavage des bouteilles

### a) Une entreprise de lavage sur le territoire

Seule sur le territoire de la Côte d'Or, l'entreprise Serge Cheveau assure le lavage des bouteilles à Ladoix Serrigny. Elle enlève les cols, lave les bouteilles à l'eau chaude avec une faible quantité de soude (2 à 3%), puis trie les bouteilles. Elle vient d'investir dans une nouvelle chaine de lavage, qui permet le lavage de 5.000 bouteilles par heure. Elle compte investir dans un caisson de pulvérisation permettant de faire un traitement de surface antiglisse des bouteilles comme pour les neuves.

### b) Coût du lavage par rapport au prix d'achat des bouteilles

Le lavage coûte 0,17€ ht transport compris. Les viticulteurs achetent en moyenne leur bouteille entre 0,25€ et 0,40€ et parfois plus jusqu'à 1€ pour les bouteilles particulières.

### c) Charte de qualité, mais pas de certification

L'entreprise Serge Cheveau a mis en place une charte de qualité. Le contrôle est fait par des ouvriers en fin de chaine. Néanmoins, elle n'est pas certifiée, ce qui pose problème pour les grandes maisons ayant mis en place un contrôle qualité de toute leur chaine de production.

Compte tenu de la taille de l'entreprise et de son emplacement, il ne semble pas nécessaire d'envisager d'autres solutions : laveuse itinérante,… comme évoqué lors de la journée Nationale de la Consigne des Bouteilles. C'est donc un véritable atout pour le projet, avec le bémol de la non-certification.

### d) Stockage, point de collectes et transports

- **Chez les viticulteurs**

Parmi les viticulteurs expérimentateurs, aucun n'a de problème pour stocker les bouteilles vides à l'abri de la lumière et du gel, chacun possédant un entrepôt.

Le transport ne semble pas non plus un souci, la plupart travaillant déjà avec Cheveau. En cas de grosse quantité, le stockage se fera sur palette de 500 bouteilles que Cheveau ramassera lors d'une tournée hebdomadaire. En cas de petite quantité, le viticulteur les apportera lui-même chez Cheveau.

Les points de collectes envisagés dans les plateformes de lavage ou dans les coopératives ne sont pas nécessaires. Le transport des bouteilles ne demandera pas des voyages supplémentaires.

- **Chez les restaurateurs et cavistes**

Suite aux différentes rencontres avec les restaurateurs et cavistes, le problème du stockage est réel. Il n'est donc pas possible d'envisager qu'ils puissent garder les bouteilles pour les redonner à leurs viticulteurs avec qui bien souvent, ils travaillent de façon irrégulière ou en passant par des sociétés de livraison.

## C. Les étiquettes

Traditionnellement, les étiquettes étaient collées à la main avec une colle permettant au papier de se décoller facilement. Puis sont arrivées les étiquettes adhésives résistantes au décollage que ce soit à l'eau chaude ou à l'eau froide. Aujourd'hui, c'est cette technique qui est la plus utilisée.

L'entreprise Serge Cheveau, par l'intermédiaire de son imprimerie RGB a développé avec le fabricant mondial UPM Raflatac une gamme d'étiquettes adhésives à colle soluble dans l'eau chaude.

Une étiquette est composée de différentes couches : le papier, la colle, le support. La nouvelle colle est un adhésif acrylique avec des agents lavants spécifiques ne se dissolvant qu'à l'eau chaude avec la présence de 2 à 3% de soude. Seule cette colle change pour les étiquettes adhésives à colle soluble, le papier et le support peuvent rester les mêmes. UPM Raflatac pourra proposer à terme sa gamme complète de papier à étiquette en colle soluble (mentionnée avec les lettres RP30W). En annexe 19, un document présente la gamme et le mode d'emploi des étiquettes à colle lavable.

**Conditions de stockage** : ces étiquettes comme les classiques ont une durée de vie de 2 ans à condition d'être stockées dans un local ayant une température entre 15 à 25°C et ayant un taux d'humidité entre 50 et 55%.

**Etiquettes et contre-étiquettes** : Certaines bouteilles ont une étiquette et une contre-étiquette à l'arrière des bouteilles. Elle permet de donner plus d'informations sur le vin, mais aussi d'y apposer tous les logos. Le logo de la consigne des bouteilles pourra donc y figurer, s'il ne peut trouver sa place sur l'étiquette principale.

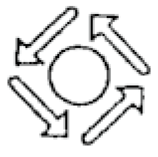
**Logo consigne des bouteilles**

Il sera nécessaire d'apposer un logo sur les étiquettes afin de différencier les bouteilles consignées avec étiquettes à colle soluble et les autres.

Plusieurs logos sont à notre disposition :




Logo d'écosciences



logo dit « européen »



logo de Jean Bouteille

Nous avons pu présenter aux viticulteurs celui créé par Ecosciences et qui aurait du devenir celui du Réseau National de la Consigne des Bouteilles. Le retour a été unanime : il risque de prendre trop de place sur la bouteille.

Celui existant en Europe, nous semble donc plus sobre et peut permettre le retour de bouteilles des touristes habitués à ce logo (allemands, autrichiens…). Néanmoins, il ne s'agit pas d'un logo officiel. Le Réseau National de la consigne est en train d'en concevoir un nouveau logo qui pourrait être applicable sur toute la France.

Nous écartons celui présenté par Jean Bouteille car il risque d'avoir confusion entre l'image de cette entreprise naissante et un logo pratique informant le consommateur qu'il doit rapporter sa bouteille.

**Imprimeurs**

Comme vu dans l'enquête, chaque viticulteur est attaché à son imprimeur. Or, aujourd'hui, seule RGB commercialise les étiquettes adhésives à colle soluble. Un travail d'information auprès des imprimeurs est donc nécessaire.

## D. Les machines à consigne

Il existe deux grands fabricants de machines à consigne : Tomra et Envipco. Néanmoins, pour l'instant seul Tomra a développé une machine permettant que les bouteilles en verre ne soient pas cassées. Pour le plus petit modèle sans tapis de tri, elle coûte 7.900€ Ht sans livraison, installation et maintenance. (Fiche technique – Annexe 20).

La représentante en France de Tomra : Jakoba Naessans (06 38 92 44 65 - jakoba.naessens@tomra.com) était présente lors de la Journée Nationale du réseau de la consigne des bouteilles.

Nous avons eu également au téléphone le représentant de Envipco : Yann Massy (06 13 50 89 06- ymassy@envipco.com). Ils pourraient développer une machine, si un cahier des charges était réalisé.

## 2-c : Conditions économiques

### A. La valeur des consignes et la mise en œuvre pratique

Un arrêté du 1er août 2001 fixe les taux de consignation des emballages dans le secteur des boissons (annexe 21). La bouteille de 75 centilitres se consigne 0,20€. Tous les viticulteurs rencontrés ont exprimé deux sentiments pouvant paraître contradictoire :

- Le montant est dérisoire par rapport au prix d'une bouteille de Bourgogne (au minimum 6 ou 7€). Il ne peut inciter la clientèle à rapporter ses bouteilles.

- Si ce tarif n'est pas appliqué par tous, ils craignent de donner une mauvaise image à leur clientèle, que cette consigne soit vécue par elle comme une taxe ou comme une somme que le viticulteur « se met dans la poche ».

Aujourd'hui, tous les viticulteurs et cavistes souhaitant rentrer dans la démarche optent plutôt pour une carte de fidélité. Au bout d'un certain nombre de bouteilles vides rapportées, le client repartira avec une bouteille pleine.

Dans le plan de développement, nous aborderons à nouveau ce point car il nous semble qu'il faudrait interpeller les autorités compétentes afin que les taux de consigne soient revus.

### B. La contribution Adelphe

Les viticulteurs versent une contribution à l'Adelphe, organisme lié à Ecoemballages. Pour cela, ils ont deux choix :

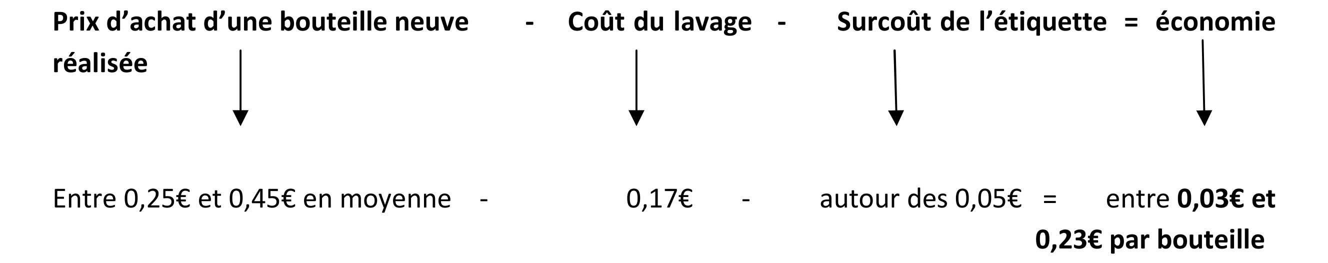
- Soit la payer lors de l'achat des capsules auprès de la C.A.V.B. et des coopératives. Cette possibilité a été mise en place par la C.A.V.B. pour faciliter le travail des viticulteurs. Une négociation sur le tarif lors d'un contrat « groupe » a été faite.
- Soit faire leur propre déclaration chaque année en valorisant les efforts faits (logo recyclage, poids de la bouteille…)

Pour l'instant, rien n'est prévu par l'Adelphe en cas de consigne des bouteilles. Nous avions contacté l'Adelphe et eu un échange avec son responsable de la communication qui découvrait cette question. Une personne Sophie Bonnier, responsable du Pôle Prévention des Déchets est venue à la Journée Nationale de la Consigne des Bouteilles.

Un travail au niveau du Réseau National de la Consigne des Bouteilles devra être entrepris pour trouver un accord avec l'Adelphe pour les viticulteurs consignant leurs bouteilles soit avantagés.

## C. Un léger gain pour les viticulteurs

Comme évoqué plus haut, les viticulteurs feront une économie dépendant du prix d'achat de leurs bouteilles :



**Prix d'achat d'une bouteille neuve - Coût du lavage - Surcoût de l'étiquette = économie réalisée**

Entre 0,25€ et 0,45€ en moyenne - 0,17€ - autour des 0,05€ = entre **0,03€ et 0,23€ par bouteille**

## D. Economies pour les collectivités

Il est très difficile d'estimer les gains économiques et environnementaux qui pourraient être faits par les collectivités. L'Ademe a calculé le coût de la gestion du verre par les collectivités à 2,60€ par habitant par an, soit pour la Côte d'Or 1.365.000€.

Si l'on se réfère aux données du B.I.V.B. (Chiffres clés de la Bourgogne Viticole en 2011 - Annexe 22), de l'Ademe et d'études déjà réalisées, on peut essayer d'estimer les gains pour les collectivités en fonction des différentes hypothèses citées plus haut.

Les chiffres pris en compte sont :

► 41 millions de bouteilles sont produites (Côte de Nuits et Hautes Côtes de Nuits + Côte de Beaune et Hautes Côtes de Beaune).

► Le coût de traitement du verre est de 59€ la tonne (chiffres Ademe).

► Le poids d'une bouteille est en moyenne de 570g.

► 19.393 tonnes de déchets de verre en Côte d'Or.

► L'analyse de cycle de vie (ACV) réalisée par le cabinet Bio Intelligence Service (Labouze & al.,2008) met en lumière deux chiffres :

- Une énergie de 6.275 MJ est consommée pour produire 1.000 bouteilles d'un litre, soit 4,70MJ pour une bouteille de 75cl.
- La production de 1.000 bouteilles d'un litre émet l'équivalent de 345kg de Co2, soit 0,258kg par bouteille de 75cl.

En l'absence de données chiffrées sur les bouteilles restant sur le territoire Côte d'Oriens, nous nous sommes permis de faire des hypothèses :

## a) Hypothèse 1 : retour des bouteilles chez les viticulteurs par les particuliers

► 14,5% sont vendues en caveau et si l'on estime à la moitié celles vendues aux Bourguignons, on arrive à 2.972.500 bouteilles.

| taux de retour estimé | nombre de bouteilles réutilisées | réduction des déchets (en tonne) | % économie de déchets verre / quantité actuelle | Coût économisé | Co2 économisée (en tonne) | Energie économisée (en mégajoules) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5% | 148 625 | 84,72 | 0,44% | 4 998 € | 38,35 | 698 538 |
| 10% | 297 250 | 169,43 | 0,87% | 9 997 € | 76,69 | 1 397 075 |
| 25% | 743 125 | 423,58 | 2,18% | 24 991 € | 191,73 | 3 492 688 |
| 50% | 1 486 250 | 847,16 | 4,37% | 49 983 € | 383,45 | 6 985 375 |
| 75% | 2 229 375 | 1 270,74 | 6,55% | 74 974 € | 575,18 | 10 478 063 |
| 95% | 2823875 | 1 609,61 | 8,30% | 94 967 € | 728,56 | 13 272 213 |

## b) Hypothèse 2 : ramassage des bouteilles chez les restaurateurs et les cavistes

► 12% des bouteilles sont vendues à la restauration et 3,5% aux cavistes. Pour notre hypothèse de travail, nous avons considéré que 3/4 des bouteilles vendues à la restauration l'était sur le territoire et seulement la moitié de celles de cavistes considérant qu'une clientèle étrangère achetait chez les cavistes et que les ventes pouvaient se faire à des cavistes hors département (cf retour des cavistes beaunois).

Nous arrivons à un chiffre de : 5.876.666 bouteilles.

| taux de retour estimé | nombre de bouteilles réutilisées | réduction des déchets (en tonne) | % économie de déchets verre / quantité actuelle | Coût économisé | Co2 économisée (en tonne) | Energie économisée (en mégajoules) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5% | 220 375 | 125,61 | 0,65% | 7 411 € | 56,86 | 1 035 763 |
| 10% | 440 750 | 251,23 | 1,30% | 14 822 € | 113,71 | 2 071 525 |
| 25% | 1 101 875 | 628,07 | 3,24% | 37 056 € | 284,28 | 5 178 813 |
| 50% | 2 203 750 | 1 256,14 | 6,48% | 74 112 € | 568,57 | 10 357 625 |
| 75% | 3 305 625 | 1 884,21 | 9,72% | 111 168 € | 852,85 | 15 536 438 |
| 95% | 4 187 125 | 2 386,66 | 12,31% | 140 813 € | 1 080,28 | 19 679 488 |

## c) Hypothèse 3 : consigne dans les supermarchés

►23% des bouteilles sont vendues à la grande distribution (grande distribution, hard discount et proxi. Nous avons estimé que les 2/3 sortaient du département.

Nous arrivons à un chiffre de : 3.143.333 bouteilles

| taux de retour estimé | nombre de bouteilles réutilisées | réduction des déchets (en tonne) | % économie de déchets verre / quantité actuelle | Coût économisé | Co2 économisée (en tonne) | Energie économisée (en mégajoules) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5% | 157 167 | 89,58 | 0,46% | 5 286 € | 40,55 | 738 683 |
| 10% | 314 333 | 179,17 | 0,92% | 10 571 € | 81,10 | 1 477 367 |
| 25% | 785 833 | 447,92 | 2,31% | 26 428 € | 202,74 | 3 693 416 |
| 50% | 1 571 667 | 895,85 | 4,62% | 52 855 € | 405,49 | 7 386 833 |
| 75% | 2 357 500 | 1 343,77 | 6,93% | 79 283 € | 608,23 | 11 080 249 |
| 95% | 2 986 166 | 1 702,11 | 8,78% | 100 425 € | 770,43 | 14 034 982 |

Pour information, en Alsace, le retour des bouteilles vers les brasseurs est de 95% (voir la synthèse bibliographique faite par Ecoscience Provence remise au Conseil Général de Côte d'Or en 2013.

# Partie 3 : Plan de développement sur 3 ans

## 3.a – Présentation générale

Le sujet de l'étude qui nous a été confiée était : la faisabilité du retour de la consigne des bouteilles de vin de Marsannay à Santenay. Après près d'une année et demi de travail, nous constatons que :

- La **consigne monétaire** telle que pratiquée il y a encore une trentaine d'années, n'est **plus aujourd'hui envisageable de façon massive** car :
  - Le prix fixé par décret est trop faible et donc pas incitatif ;
  - La grande diversité des producteurs et des réseaux de distribution empêche un retour des bouteilles au producteur initial ;
  - Les restaurateurs, cavistes et supermarchés manquent de place pour stocker les bouteilles.

- Par contre, il existe **plusieurs possibilités pour mettre en place la réutilisation des bouteilles de vin** mais aussi de **bière** ou de **jus de fruits artisanaux**. La Côte d'Or bénéficie d'une longue tradition viticole mais aussi de production liée au cassis, groseilliers, framboisiers… et depuis peu, des brasseries s'installent avec souvent une démarche en lien avec le développement durable. Les particuliers, comme en témoigne le succès des Amap, de la « Ruche qui dit Oui » ou des salons de producteurs locaux, souhaitent acheter en direct aux producteurs ce qui facilite le retour des emballages.

- De plus, une **nouvelle filière créatrice d'emplois pourrait voir le jour : la collecte et le tri des bouteilles pour une revente en occasion après lavage**. Une première expérimentation pourrait voir le jour à Dijon ou Beaune, deux villes avec une forte concentration de restaurateurs et de cavistes qui ont de plus, des difficultés à apporter leur verre dans les containers de recyclage.

Le plan de développement que nous vous présentons comporte donc trois parties :

**- La mise en place d'une démarche expérimentale volontaire pour le retour des bouteilles de vin chez les viticulteurs par les particuliers et leur réutilisation par les vignerons** après lavage, avec un élargissement aux bouteilles de bières et de jus de fruits.

**- La création d'une nouvelle filière de ramassage et de tri des bouteilles pour une revente en occasion.**

**- La participation du Conseil Général de Côte d'Or au Réseau National de la Consigne des Bouteilles** pour définir et mettre en place une stratégie de lobbying visant à :

- Augmenter les tarifs de la consigne monétaire,
- Imposer l'utilisation des étiquettes adhésives à colle soluble,
- Négocier avec Ecoemballages, des mesures incitatives pour les viticulteurs réutilisant leurs bouteilles ou en achetant d'occasion.

# 3.b - Mise en place par les viticulteurs et autres producteurs de boissons de la récupération de leurs bouteilles auprès de leur clientèle de particuliers locaux et restaurateurs proches

Aucun frein technique (étiquettes, lavage, transport, stockage…) n'empêche la mise en place de la réutilisation des bouteilles vendues par les viticulteurs aux particuliers. Il s'agit donc de travailler sur des actions de communication afin de les rassurer et de généraliser cette pratique. La démarche pourrait être élargie aux brasseurs et producteurs de jus de fruits artisanaux.

## A. Méthode à employer

Nous avons pu constater que le format « étude » pouvait freiner les dynamiques mises en place du fait des délais entre les constats, les propositions et leurs mises en place. Nous pensons qu'il faudrait poursuivre en permettant aux acteurs rencontrés au fur et à mesure, de mettre en place les choses rapidement tout en ayant au préalable définis le cadre de l'expérimentation.

Dans ce type de démarche, bien souvent une rencontre en amène une autre. Ce « travail de fourmi » doit être vu comme une méthode à part entière. Nous pensons qu'il permettra, par la valeur d'exemple des premiers expérimentateurs et leur valorisation, à une augmentation voire à une généralisation du retour des emballages réutilisables chez les producteurs locaux.

Cette méthodologie doit s'appuyer sur plusieurs temps :

- La mise en place du **cadre technique, de communication et de suivi de l'expérimentation** ;
- La **valorisation des viticulteurs « pionniers »** et de ceux qui les suivront ;
- La **relance régulière de viticulteurs, voire de brasseurs ou de producteurs de jus de fruits artisanaux** en s'appuyant sur les premiers résultats des « pionniers » afin de petit à petit, augmenter le nombre de producteurs dans la démarche.

Ci-joint également un chiffrage de ces actions.

## B. La cadre de l'expérimentation

Ce cadre doit permettre :

- **Pour les producteurs** :
    - o de **connaître les conditions techniques et les fournisseurs** avec lesquels ils peuvent travailler ;
    - o de **les aider dans les premières mises en place par des conseils** et éventuellement **un soutien financier en cas d'un stock d'étiquettes à renouveler plus rapidement** ;
    - o de **communiquer facilement sur la démarche auprès de leur clientèle** et de se sentir valoriser en y participant ;

- **Pour les collectivités de connaître les économies faites en terme de déchets non produits**.

### a) D’un point de vue technique :

- **Un document récapitulant toutes les informations techniques**

Ce document pourra s’inspirer de celui déjà donné ou envoyé à des viticulteurs (cf annexe 23). Il devra permettre aux viticulteurs souhaitant mettre en place la démarche d’avoir toutes les informations : coordonnées de l’entreprise de lavage, des imprimeurs proposant des étiquettes à colle soluble, les modalités d’accès au « kit communication », une charte d’utilisation concernant le graphisme de leurs étiquettes…

- **Travail autour des étiquettes**

Si l’on veut démarrer l’expérimentation sans attendre que les stocks d’étiquettes des viticulteurs soient épuisés, il sera probablement nécessaire de financer l’achat pour les stocks des bouteilles mises en consigne.

Il faudra étudier alors avec chaque vigneron quel cru sera pertinent de mettre en consigne. On a pu voir que la plupart pensait que leurs vins de garde ne correspondaient pas à la démarche. On pourra privilégier les appellations Bourgogne, les rosés, les Fixin, Marsannay…

De plus, certains devront changer de papier, voire de graphisme afin de passer en colle soluble. Pour les 5 viticulteurs travaillant avec Millésime, un temps de travail pourrait être organisé avec Olivier François, gérant de Millésime, Stéphane Cheveau et une personne d’UPM pour travailler les étiquettes de chacun.

Ce travail pourra servir de base pour ensuite démarcher les autres imprimeurs pour qu’ils soient en mesure de travailler avec les autres viticulteurs de façon autonome.

- **Pour les grandes maisons, préconisation d’un suivi de traçabilité**

Il faudra travailler avec l’entreprise Serge Cheveau et les responsables-qualité des grandes maisons, comme celle de Joseph Drouhin avec laquelle nous avons été dernièrement en contact sur une procédure respectant la méthode HACCP permettant la réutilisation des bouteilles ou l’utilisation de bouteilles d’occasion.

Cela passera probablement par la certification de l’entreprise Serge Cheveau, ce qui aura un coût et un temps de travail important pour lui.

### b) Création d’un « kit de communication »

- **Une affiche à apposer dans les caveaux**

Cette affiche devra permettre à la clientèle à la fois :

- de comprendre les enjeux environnementaux et économiques de la réutilisation des bouteilles,
- de leur donner envie de revenir avec leurs bouteilles.

Elle devra être très visuelle avec des messages synthétiques, le temps de lecture étant court (moins d’une minute).

- **Un dépliant pour aller plus loin**

Afin que les viticulteurs et la clientèle se sentent dans une démarche collective, un dépliant pourra donner plus d’explications sur l’expérimentation mise en place et sur la volonté de la généraliser.

Ce document pourra être distribué dans les caves, mais aussi dans tous les temps forts liés à la viticulture en Bourgogne :

- Foire internationale gastronomique de Dijon (novembre)
- Saint-Vincent Tournante (Gilly les Citeaux et Vougeot en janvier 2015)
- Vente des vins des hospices de Beaune (mars et novembre)
- Toutes les fêtes de villages, salons… où les viticulteurs dans la démarche sont présents.

- **Une carte de fidélité à décliner par vigneron**

Un modèle de carte de fidélité pourra être proposé aux vignerons pour qu'il y ait une unité graphique entre les trois documents informant sur la démarche.

- **Une page internet référencée dans différents sites**

Les consommateurs le souhaitant doivent avoir accès à la liste des viticulteurs rentrant dans la démarche. L'idée est de créer une page internet qui soit accessible depuis différents sites (Conseil Général de Côte d'Or, B.I.V.B, sites d'association de consommateurs ou liés aux démarches de développement durable (dijon-ecolo…)).

En échange, les viticulteurs pourraient signer une charte avec l'engagement de remplir une grille de données permettant de mieux estimer les résultats de la démarche.

#### c) Création d'une grille de données chiffrées pour un suivi des économies de déchets traités.

Il est bien sûr important de connaître l'évolution des retours de bouteilles chez le viticulteur et de pouvoir mieux analyser les freins et les leviers pour leur clientèle.

Il serait important de faire en sorte que les viticulteurs puissent connaître :

- L'évolution du nombre de bouteilles lavées et réutilisées en séparant :
  - Bouteilles de dégustation
  - Bouteilles revenues de la clientèle
- Le lieu d'habitation de leur clientèle afin de savoir à partir de combien de kilomètres le retour des bouteilles devient plus difficile.
- Le nombre de clients de particuliers venant acheter au caveau et leur motivation pour savoir si la démarche de la consigne joue sur leur envie d'achat.

Un petit logiciel ou une base de données à partir d'excell pourrait être conçu.

## C. Valorisation des viticulteurs « pionniers » et de ceux qui les suivront

- **Temps fort avec les 5 viticulteurs-expérimentateurs pour officialiser le lancement de l'expérimentation**

Afin de valoriser les viticulteurs et leur donner envie de rentrer dans une démarche plus « scientifique », il sera important de valoriser la démarche mise en place par le Conseil Général de Côte d'Or et de valoriser les viticulteurs qui s'y engagent. La foire Gastronomique a été évoquée, cela peut être en effet un bon moment.

Nous pensons que ces 5 viticulteurs pourraient être suivis d'autres et il faudra être prêt pour les accueillir.

- **Création d'un plan de communication permettant une valorisation régulière**
  - Création d'une vidéo pour le site Ecotidiens 21 montrant les procédures mises en place, interviewant des viticulteurs et des clients…
  - Communiqué de presse régulier mettant en avant l'augmentation du nombre de viticulteurs dans la démarche ou le nombre de bouteilles économisées…
  - Stands particuliers dans les foires, salons… pour les viticulteurs dans la démarche…

- **Temps de rencontre conviviaux annuels entre les différents acteurs de la démarche** : si le ramassage chez les restaurateurs et les cavistes est organisé, faire se rencontrer les viticulteurs avec ces derniers peut permettre de donner du sens au marché d'occasion en leur donnant l'idée de faire également des échanges commerciaux.

## D. Prospection et travail de suivi pour augmenter le nombre de producteurs dans la démarche pendant trois ans

- **Une personne référente pour informer et suivre les viticulteurs**

Une personne devra être en contact de façon régulière avec les viticulteurs expérimentateurs pour s'assurer que les choses ont été mise en place (pose de l'affichage, réalisation de la carte de fidelité, remplissage des données de la grille d'évaluation…) et suivre les résultats.

- **De nouvelles démarches pour élargir les expérimentateurs**

Il faudra s'appuyer sur les expérimentations en cours pour augmenter le nombre de producteurs réutilisant leurs bouteilles par :

- La relance par téléphone, dans les assemblées des O.D.G. des vins comme les Bourgogne, en maraudage dans certains villages… des viticulteurs pour chercher ce qui peut leur donner envie de rentrer dans la démarche et les accompagner.
- La rencontre de producteurs de bières et de jus de fruits artisanaux pour leur proposer de se joindre à la démarche.

- **Centralisation des données chiffrées**

Les grilles de données devront être centralisées et consolidées afin de connaître l'évolution des données sur au moins 3 ans.

## E. Budgétisation

### a) Première année

| Création du "kit communication" | |
|---|---|
| **Graphiste** | |
| création de l'affiche, tract et carte de fidelité | 1 000 |
| création de la page internet et procédure de mise à jour | 500 |
| **Impression** | |
| 100 affiches | 50 |
| 2500 tracts | 1 250 |
| 500 cartes de fidélité | 150 |
| **Sous total kit de communication** | **2 950** |

| | |
|---|---|
| **Création d'une vidéo "Ecotidiens"** | **3 200** |

| | |
|---|---|
| **Budget "étiquettes"** (base 1000 étiquettes 65€) | **3 500** |

| **Rémunération du chargé d'expérimentation (1ère année)** | nbre de jours |
|---|---|
| Suivi travail avec graphiste pour la création du kit de communication | 1 |
| Conception et mise en page du document technique pour les producteurs | 1 |
| Organisation et animation de la réunion entre les viticulteurs, S.Cheveau, Millésime et UPM | 1 |
| Organisation et animation des temps de travail sur la procédure de suivi pour les grandes maisons | 3 |
| Création d'une grille de données chiffrées et interface | 1 |
| | |
| Coordination du temps fort et du temps convivial pour la valorisation et la rencontre des acteurs | 2 |
| Suivi de la distribution de la communication (envoi, tractage dans les salons…) | 3 |
| Mise à jour de la page internet et mise en place de partenariat | 2 |
| Coordination et mise en place du plan de communication (y compris écriture scénario vidéo) | 6 |
| | |
| Suivi des premiers viticulteurs expérimentateurs | 3 |
| Relance de nouveaux viticulteurs et autres producteurs | 15 |
| Consolidation des données chiffrées | 1 |
| Rapport au bout d'une année | 2 |
| | |
| Total jours | 41 |
| Coût jour | 350 |
| **Temps de travail du chargé d'expérimentation** | **14 350** |

| | |
|---|---|
| **Total** | **24 000** |

Certaines tâches énumérées ci-dessus pourront peut-être pris en charge par le Conseil Général de Côte d'Or.

### b) Les deux années suivantes

| | |
|---|---|
| Coordination et animation du temps convivial pour la valorisation et la rencontre des acteurs | 2 |
| Suivi de la distribution de la communication (envoi, tractage dans les salons…) | 3 |
| Mise à jour de la page internet et mise en place de partenariat | 2 |
| Coordination et mise en place du plan de communication | 2 |
| | |
| Relance et suivi de nouveaux viticulteurs et autres producteurs | 10 |
| Consolidation des données chiffrées | 1 |
| Rapport au bout d'une année | 2 |
| | |
| Total jours | 22 |
| Coût jour | 350 |
| **Temps de travail du chargé d'expérimentation** | **7 700** |

Ce budget devra être réajusté en fonction des résultats de la première année.

## 3-c . Etude économique pour le ramassage et le tri des bouteilles auprès des restaurateurs, cavistes et supermarchés

Comme vu ci-dessus, compte tenu des problèmes de stockage chez les restaurateurs et cavistes, nous ne pensons pas envisageable que les bouteilles repartent directement chez les viticulteurs.

Nous avons par contre constaté, en échangeant avec les restaurateurs, qu'ils avaient de grandes difficultés à gérer leur verre, les containers de recyclage étant souvent éloignés des lieux de leurs restaurants. Certains les mettent même dans leurs ordures ménagères, constat également fait par les services du Grand Dijon.

En allant à la journée Nationale du Réseau de la Consigne des Bouteilles, nous avons eu connaissance d'une expérience en cours sur l'installation de machines à consigne sur les parkings de supermarchés. Elle pourrait permettre une collecte plus massive des bouteilles.

En échangeant avec Stéphane Cheveau, celui-ci nous a dit son intérêt pour accroître son offre de bouteilles d'occasion à condition de ne pas s'occuper de la collecte et du tri.

Au vu de ces éléments, nous pensons qu'il serait pertinent de travailler sur une étude économique visant à mettre en place une nouvelle filière de collecte, de tri puis de revente de bouteilles d'occasion.

### a) Deux territoires à privilégier : Dijon et Beaune

- **Un grand nombre de restaurateurs avec des difficultés de gestion de la collecte de verre**

Comme expliqué plus haut, cette étude pourrait porter sur deux territoires : celui du Grand Dijon comprenant 341 restaurants et 27 cavistes et celui de Beaune comprenant 109 restaurants et 43 cavistes.

Il sera donc nécessaire de travailler avec les services de prévention des déchets de ces deux communautés de communes, voire de les inciter à réaliser eux-mêmes ces études, qui contribuera également à la diminution de leurs ordures ménagères.

- **Une démarche qui pourrait aider la mise en place du projet**

Le Grand Dijon mène actuellement une action avec la chambre de commerce visant à « labelliser » les commerçants entrant dans une démarche de développement durable : gestion des déchets, économie d'énergie, d'eau… La participation à un dispositif de collecte de bouteilles pour leur réutilisation pourra être un critère d'attribution du label.

De plus, une telle démarche diminuerait la quantité des ordures ménagères, même si une partie du verre collectée part en recyclage.

### b) Deux expériences existantes qui permettent de penser qu'un tel projet est envisageable

- **Collecte en triporteur en Arles**

Depuis un an à Arles, une association Taco & Co réalise des tournées de collecte des bouteilles pour les revendre ensuite à l'entreprise de recyclage par l'intermédiaire de la collectivité d'Arles. En optimisant les tournées et avec la revente du verre, ils peuvent aujourd'hui proposer la collecte de façon gratuite aux restaurateurs (3€, puis 2€ par enlèvement au début de la démarche).

S.Cheveau étant intéressé pour racheter des bouteilles, une telle initiative devrait augmenter de façon significative le marché d'occasion et améliorera de toute façon la collecte du verre.

L'association dijonnaise « La Bécane à Jules » travaille actuellement avec le Grand Djion sur le ramassage en triporteur des corbeilles papier au centre de ville de Dijon. Ils pourraient être intéressés pour étudier un tel projet.

- **Machine à consigne pour le programme Boréal**

Lors de la Journée Nationale de la Consigne, nous avons eu la présentation du programme Boréal, un plan local de prévention regroupant 7 intercommunalités du nord de la France. Ils sont en train de mettre en place un kiosque à consigne expérimental sur un parking d'un centre commercial. Les clients apportent leurs bouteilles et reçoivent en échange des bons d'achats des commerçants. Ceux-ci peuvent également mettre des affiches publicitaires sur le kiosque, ce qui permet de le financer. C'est donc une expérience à suivre…

### c) De nouveau, la question des étiquettes

Pour optimiser le nombre de bouteilles revendues à l'entreprise S. Cheveau, Il faudra inciter les imprimeurs et les viticulteurs à utiliser des étiquettes à colle soluble et à apposer le logo de la consigne afin que le tri des bouteilles puisse se faire facilement.

Il est nous est difficile de chiffrer le montant d'une telle étude, car il sera nécessaire de faire une première expérimentation avec les restaurateurs et cavistes volontaires pour mieux connaître les contraintes techniques

## 3.d – Participation au réseau national de la consigne des bouteilles

Ecoscience Provence, la Fondation Nicolas Hulot, le C.N.I.I.D, le S.I.V.E.D et Boréal sont les membres fondateurs de ce réseau. Néanmoins, le Conseil Général de Côte d'Or y est présent depuis le départ.

Participer à ce réseau doit être un moyen d'interroger différents interlocuteurs et décideurs au niveau national :

### a) La réduction de la contribution Adelphe pour les viticulteurs réutilisant leurs bouteilles ou achetant des bouteilles d'occasion

Il sera nécessaire de travailler au niveau national avec les représentants d'Ecoemballage pour favoriser les producteurs de boissons réutilisant plusieurs fois des bouteilles. En se basant sur les factures de lavage ou d'achat de bouteilles d'occasion, cela devrait être réalisable pour les viticulteurs faisant eux-même leur déclaration.

Pour ceux payant la contribution lors de l'achat des capsules, il faudra que la C.A.V.B. fasse partie des négociations, la Bourgogne étant la seule région à bénéficier d'un tarif groupe.

### b) Montant de la consigne

Comme évoque déjà à plusieurs reprises, il faudrait que les montants inscrits dans le décret datant de 2001 soient revalorisés afin que la consigne soit réellement incitative pour les consommateurs. En Belgique, 95% des bouteilles de bière sont rapportées notamment du fait de cette consigne.

### c) Impression obligatoire sur étiquettes adhésives à colle soluble

Comme l'Europe a interdit prochainement les ampoules à incandescence puis prochainement les ampoules fluorescentes, il faudrait qu'elle rende obligatoire l'utilisation des étiquettes adhésives à colle soluble. Les deux autres fournisseurs mondiaux d'étiquettes devront ainsi travailler comme l'a fait UPM sur une offre plus large.

# Conclusion

Malgré les difficultés de mobilisation de la profession viticole et grâce aux rencontres individuelles avec les viticulteurs, restaurateurs et cavistes, nous pensons que cette étude montre qu'il est possible de mettre en place une nouvelle façon de prévenir nos déchets par leur réutilisation.

Sans mobilisation nationale voire européenne sur le sujet, c'est bien du travail de proximité qu'il faudra mener pour que l'exemple de quelques-uns donnent envie à beaucoup de rentrer dans la démarche.

Aucun frein technique n'existe, si chacun fait un petit effort, comme favoriser les étiquettes à colle soluble, tout devient possible. Lors d'une étude faite précédemment, les consommateurs se disaient favorables à la consigne à 85%.

Nous espérons que le plan de développement donnera envie au Conseil Général de Côte d'Or de poursuivre le travail.

# Annexes

## Annexe 1 : Compte rendu du rendez-vous avec Stéphane Cheveau

**Lieu** : Entreprise de Lavage Serge Cheveau - 21550 Ladoix-Serrigny

**Date** : 21 mars 2013

**Personne rencontrée** : Stéphane Cheveau, responsable de production

### Les points abordés :

- **Visite de l'exploitation** :

- **la machine de lavage** : mise sur un tapis, puis passage dans une machine lavant les bouteilles à l'eau chaude avec un faible pourcentage de soude, séchage, puis vérification manuelle des bouteilles.

Cette machine étant vieillissante, Stéphane Cheveau envisage de la remplacer.

- **Les lieux de stockage** : l'entreprise vend également des bouteilles neuves. Sont donc stockées des bouteilles attendant d'être lavées, des bouteilles propres devant repartir chez leurs propriétaires, des bouteilles d'occasion attendant d'être vendues et des bouteilles neuves.

### Temps de discussion :

Nous avons abordé différentes questions :

**Transports** : les viticulteurs ont deux possibilités :

- En cas de petites quantités, apporter eux-mêmes leurs bouteilles en caisses ou en palette,
- En cas de quantité supérieure à 500 bouteilles, demander à ce que l'entreprise lors d'une de ces tournées hebdomadaires, vienne chercher dans leur exploitation une palette.

Une tournée par semaine est organisée par l'établissement Cheveau. Les bouteilles sont conditionnées en caisse-palettes de 500 bouteilles, un camion peut en contenir 60.

**Les bouteilles neuves** :

- Neuves, leur coût est entre 0,23€ et 0,40€.

- Les bouteilles d'occasion, qui sont appelées « recyclées » coûtent environ 30 % moins cher.

En période de surproduction de bouteilles neuves, les prix de celles-ci baissent, les bouteilles recyclées finissent parfois pas être plus chère.

D'après Stéphane Cheveau, St Gobain est le principal fabriquant de bouteilles neuves pour les viticulteurs Côte d'Oriens.

Il en existe 200 à 300 modèles en France. La Bourgogne a quelques modèles « standart » : la bourgogne tradition, la bourgogne évolution...

Ces modèles sont déclinés en différentes teintes, dont les 2 plus utilisés pour le vin rouge sont feuille morte (vert foncé) et antique (marron).

**Lavage des bouteilles :**

Il coûte 0,16€ la bouteille avec ou sans transport (dans un rayon de 30 à 40 km)

Les bouteilles peuvent être lavées jusqu'à 7 fois maximum à cause de l'abusage, le frottement entre les bouteilles lors du transport.

**Débouchage :**

Une des tâches de l'entreprise de Stéphane Cheveau lui permettant de récupérer des bouteilles d'occasion est le débouchage. Il survient lorsqu'un viticulteur a trop embouteillé et doit revendre au négoce une grande quantité de vin ou lorsque que le vin n'est plus bon à la consommation. Il est jeté ou vendu à la vinaigrerie.

Actuellement l'entreprise Cheveau traite 4 millions de bouteilles par an sur du débouchage, dont 60% en bouteille de vin.

**Bouteille de dégustation :**

Beaucoup de viticulteurs donnent à laver leurs bouteilles de dégustation, qu'ils n'étiquettent pas forcément.

**Les étiquettes**

Le point noir du lavage, une partie non négligeable des bouteilles réutilisables qui passent à l'entreprise S.Cheveau ne peuvent pas l'être à cause de leurs étiquettes qui n'ont pas été collées avec une colle soluble à l'eau.

L'entreprise RGB à Meursault propose ce genre d'étiquette, nous irons les rencontrer.

En fonction des réponses des viticulteurs quant à leur fournisseur régulier, nous rencontrerons peut-être d'autres imprimeurs.

**Retours d'expérience :**

- Collecte chez les restaurateurs il y a une dizaine d'années, qui a été abandonnée en raison de problèmes de tri dans les caisses…

- Mise en place de points de collecte dans les communes : problèmes de tri et de dépôt d'ordures.

- L'entreprise Stéphane Cheveau lave de grandes quantités de bouteilles pour l'Entreprise Tresch qui vend du vin de basse qualité notamment en restauration. Il met en place une consigne qui fonctionne, une rencontre est envisagée.

## Annexe 2 : Compte-rendu rendez-vous Imprimerie RGB

**Lieu** : Imprimerie RGB - 18 chemin des Ronces 21190 Meursault

**Date** : 24 avril 2013

**Personne rencontrée** : Maud Perez, responsable clientèle

### Les points abordés :

- **Visite de l'imprimerie**

- **Temps d'échange** :

**Composition d'une étiquette** : Papier + colle+ dorsale adhésive ou glacine.

**Pratique des viticulteurs** : grand tirage d'une étiquette sans le millésime, puis repiquage pour l'ajouter en fonction de leurs besoins. Eventuellement, deux étiquettes sur la bouteille, l'étiquette principale et la contre-étiquette.

**Les étiquettes à colle soluble** :

- testées en lien étroit entre Mr Buissonnière de RGB (décédé subitement peu de temps avant), Mr Fornes d'Upm Raflatac et Stéphane Cheveau de l'Entreprise Serge Cheveau.

- les étiquettes adhésives ont la mention RP30, celles à colle soluble ou lavable à l'eau RP30W

- la gamme va se développer s'il y a de la demande. Pour l'instant, elles existent avec les papiers : fleur de coton ivoire ou blanc, multiprint ivoire ou blanc, verger blanc, raflamat.

- Pour que l'eau puisse traverser le papier et atteindre la colle, il ne faut pas de vernis, d'aplat de couleur, peu de doré.

- Les coordonnées d'UPM : Marie-Claire Brikke 06 63 36 24 35.

## Annexe 3 : Compte-rendu rendez-vous entreprise Tresch

**Lieu** : Tresch – Chemin de la Pierre qui vire Montagny les Beaune – 21208 Beaune cedex

**Date** : 24 avril 2013

**Personne rencontrée** : Olivier Vincent, directeur industriel

Tresch est une entreprise française qui vend du vin de table de toutes les régions qu'elle achète en gros à des viticulteurs et dont elle fait les assemblages. Elle produit 50 millions de bouteilles par an dont 30 millions à Montagny les Beaune.

Historiquement, elle avait plusieurs usines dans l'Est et le Nord de la France qui ont pour certaines fermé. Elle a toujours mis en place la consigne des bouteilles jusqu'à 150 millions de bouteilles par an. Elle avait pour cela ses propres camions et centrales de lavage.

Aujourd'hui, elle ne consigne plus que 5 millions de bouteilles. Elle fait appel à des prestataires extérieurs pour le transport et le lavage (Serge Cheveau).

Elle livre principalement des CHR (Café, Hôtel, restaurant) et des GMS (Grande et moyenne surface). Elle travaille avec Bourgogne Boissons, comme grossiste entrepositaire.

Différents contacts sont venus dans la discussion qui pratiquent également la consigne :

- France Boissons à Nuits Saint-Georges

- Ets Richard à Chameroy (vers Langres)

- Intermarché de Dôle

## Annexe 4 : Compte-rendu rendez-vous avec Bourgogne Boissons

**Lieu** : Bourgogne Boissons – 7 rue de Mayence 21000 Dijon

**Date** : 3 juin 2013

**Personne rencontrée** : Claude Parisse, directeur de filiale

Bourgogne Boissons est un grossiste qui livre des restaurateurs, des supermarchés, des manifestations festives…
Ils ont l'habitude de consigner les bouteilles de jus de fruits, mais plus celles de vin.
Ils vendent 143.000 bouteilles de vins de Bourgogne par an, provenant d'une trentaine de producteurs de Côte d'Or (Bouvier de Marsannay, coopérative des Hautes-Côtes de Beaune…)
Les viticulteurs les approvisionnent tous les 15 jours et ils livrent à leurs clients environ toutes les semaines.

**Les principaux freins au retour de la consigne des bouteilles pour Mr Parisse :**

- La volonté des viticulteurs de récupérer leurs bouteilles
- Le tri des bouteilles qu'il ne souhaite pas faire

Il nous propose un rendez-vous commun avec le restaurant de l'Imprimerie de Dijon + Picard un de leur négociant avec qui il travaille régulièrement (ce rendez-vous n'a jamais pu avoir lieu !).

## Annexe 5 : Compte-rendu du rendez-vous avec Du Vin au Vert

**Lieu** : Du Vin au Vert – 6 boulevard de la Trémouille 21000 Dijon
**Personne rencontrée** : Audrey Kocévar, gérante

- Explication de la démarche et des principaux scénarios,
- Visite de la cave très grande (pas de problème de stockage pour les bouteilles en attente),
- Viticulteurs bio ou en biodynamie avec lesquels elle travaille : Trapet-Rossignol à Gevrey-Chambertin, Domaine Amiot-Servelle à Chambolle-Musigny, Domaine Jean Fournier à Marsannay…,
- La consigne, une suite logique pour elle : les vins qu'elle achète sont en bio ou dit « naturel » ; elle a mis en place un système de sacs pour que ses clients le rapportent à chaque achat…

- Par contre, très pessimiste sur l'investissement de ses clients sur de telles démarches…

## Annexe 6 : Enquête auprès des viticulteurs

# Enquête pour l'étude sur le retour de la consigne des bouteilles de vin de Marsannay-la-Côte à Santenay

Dans le cadre du Plan Départemental de Prévention des déchets, le Conseil Général de la Côte-d'Or a missionné les associations Pirouette Cacahuète et Ecoscience Provence pour mener une **étude sur le retour de la consigne des bouteilles de vin de Marsannay-la-Côte à Santenay.**

La consigne permet la réutilisation des bouteilles par leur récupération auprès des consommateurs, leurs lavages et leurs réutilisations par les professionnels du vin.

Dans ce cadre, nous vous sollicitons pour répondre à cette enquête qui vise à mieux connaître vos pratiques actuelles, ainsi que vos contraintes. Les préconisations techniques pour la mise en place de la consigne des bouteilles pourront être ainsi adaptées à votre quotidien.

Vous pouvez y répondre par courriel en suivant le lien : https://docs.google.com/forms/d/1Xi3rrvxLk1PtK6dpudaXwCmeaab_f2ZBfwCHcHePnpE/viewform

Après cette enquête électronique, Pirouette Cacahuète organisera des ateliers de travail avec des professionnels pour travailler, d'une part sur les moyens techniques et d'autre part sur les aspects de communication relatifs au retour de la consigne. Les personnes ayant répondu positivement à cette question dans l'enquête seront recontactées en mai pour cela.

En vous remerciant par avance pour vos réponses,

Cordialement,

L'équipe de Pirouette Cacahuète









Votre nom et/ ou celui de votre exploitation :
……………………………………………………………………………………………………………
Commune de votre exploitation :
Mail : ………………………………………………………………

*(Toutes les informations données resteront confidentielles. Nous utiliserons vos coordonnées pour vous transmettre les résultats de l'étude et pour vous contacter si vous souhaitez faire partie des ateliers de travail).*

## Partie 1 : La consigne de demain

**1- Sur le principe, êtes-vous favorable à la réutilisation des bouteilles ?**

□ Oui □ Non

Si oui, pourquoi ?
□ Pour économiser de l'argent
□ Par souci écologique
□ Pour fidéliser ma clientèle
□ Autre(s) :
……………………………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………

Si non, Pourquoi ?
□ Cela vous semble trop compliqué de mettre cela en place
□ Autre :
……………………………………………………………………………………………………………………………………………………
……….

**2- Procédez-vous déjà au lavage de vos bouteilles déjà utilisées ?**

□ Oui □ Vous-même :
Pourriez-vous augmenter le nombre de bouteilles que vous lavez ?
□ oui □ non
□ Par une entreprise extérieure. Laquelle :
………………………………………………………………………………

□ Non

**3- Le lieu de stockage de vos bouteilles est-il accessible en semi-remorque ?**

□ Oui □ Non

**4- Allez-vous régulièrement à une coopérative, à une plateforme de lavage de votre matériel ou dans un autre endroit commun aux viticulteurs et seriez-vous prêts à y apporter les bouteilles récoltées ?**

□ Oui □ Non

Si oui, quel lieu vous semble le plus opportun ? ……………………………………………………………………….

5- **Pensez-vous envisageable de solliciter votre clientèle locale pour rapporter les bouteilles vides à votre exploitation ?**

☐ Oui ☐ Non

6- **Pensez-vous envisageable, lorsque vous livrez vos clients (restaurateurs, hôteliers, bars à vins, supermarchés…), de récupérer les bouteilles vides ?**

☐ Oui ☐ Non

7- **Souhaitez-vous faire partie d'un groupe de travail pour le retour de la consigne (1 ou 2 ateliers en mai ou juin) ?**

☐ Oui ☐ Non

8- **Quels sont les freins à votre avis au retour de la consigne de bouteille ?**

……………………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………………
…………………………………………………………….

## Partie 2 : Vos bouteilles aujourd'hui

Afin de mieux connaitre votre activité et de faire face aux réalités de terrain, nous vous serions reconnaissants de bien vouloir nous préciser quelques informations sur vos bouteilles et vos pratiques :

1- **Combien de bouteilles avez-vous mis ou fait mettre en bouteilles les 2 dernières années** ?

| Année | Rouge | Blanc | Rosé | Pétillant |
|---|---|---|---|---|
| 2011 | | | | |
| 2012 | | | | |

**2- A quel prix achetez-vous vos bouteilles ?**

☐ Moins de 16 centimes
☐ Entre 16 et 25 centimes
☐ Entre 25 et 40 centimes
☐ Plus de 40 centimes

**3- Comment procédez-vous à la mise en bouteille de votre production ?**

☐ Je le fais faire au domaine par mon équipe.
☐ Je le fais faire par un prestataire embouteilleur qui s'appelle
(Nom :
………………………………………………………………………………………………………………………………………)

**4- Combien de bouteilles avez-vous vendues en 2012 ?**

Au total : …………………………………………………………………..

Dont (si vous ne connaissez pas le nombre exact de bouteilles, merci de noter un pourcentage approximatif) :

☐ Export : ……………………………
☐ Vente directe à des particuliers : ……………………………………………………
☐ Supermarchés, superettes, épicerie : ………………………………………
☐ Restaurateurs, hôteliers, bars : ………………………………………………..
☐ Négociants : …………………………………………………………………………
☐ Autre(s) : ………………………………………………………………………………………………………………………

**5- Vous arrive-t-il de procéder à des débouchages ?**

☐ Oui : sur quel nombre de bouteilles par an en moyenne : ………………………………………………………………..

☐ Non

**6- Combien de modèles différents de bouteilles utilisez-vous ?**

☐ 1 ☐ 2 à 5 ☐ 6 à 10 ☐ + de 10

Merci de nous indiquer pour les 4 modèles que vous utilisez le plus, les informations suivantes :

| | Modèle 1 | Modèle 2 | Modèle 3 | Modèle 4 |
|---|---|---|---|---|
| Modèle | | | | |
| Couleur | | | | |
| Bague | | | | |
| Prix | | | | |

**7- A quel rythme achetez-vous vos étiquettes ?**

☐ Plus d'une fois par an ☐ 1 fois par an ☐ 1 fois tous les 2 ans ☐moins régulièrement

A quel prix (prix pour une quantité) : ………………………………………………………..

**7 - Avez-vous un fournisseur d'étiquettes régulier ?**

☐ Oui, lequel : ……………………………………………………………… ☐ Non

**Remarques (libre) :**

………………………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………….

Merci pour votre collaboration….

## Annexe 7 : Synthèse de l'enquête menée auprès des viticulteurs

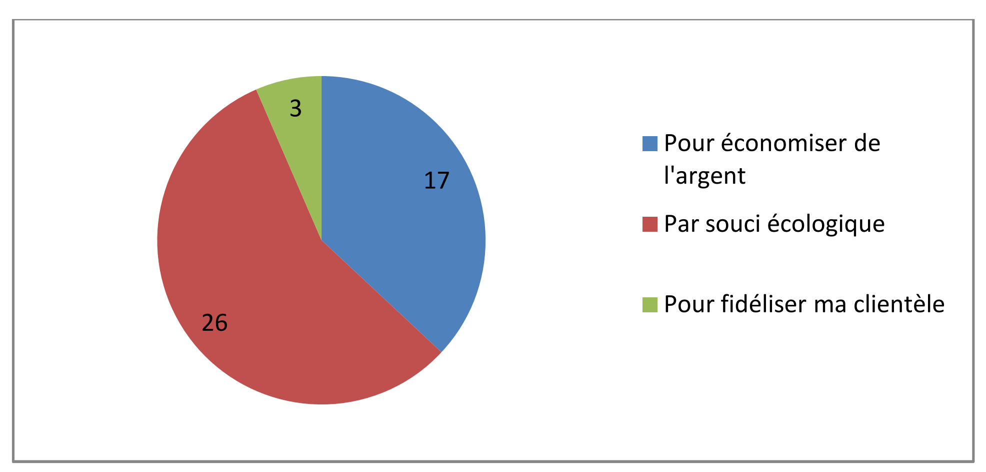
Nombre de questionnaires envoyés : 938
Nombre de réponses : 50

# Partie 1 : La consigne de demain

**9- Sur le principe, êtes-vous favorable à la réutilisation des bouteilles ?**

- **60% des viticulteurs sont favorables à la réutilisation des bouteilles**. Ils le sont surtout par **souci écologique** (57%) puis pour **économiser de l'argent** (37%).

Pourquoi êtes-vous favorables à la réutilisation des bouteilles ?




*Nombre de réponses par argument pour les personnes favorables à la réutilisation des bouteilles. Une personne pouvant donner deux réponses.*

- Les **40% de viticulteurs qui ne sont pas favorables à la réutilisation des bouteilles** le sont pour diverses raisons :
  - cela semble **trop compliqué à mettre en place** (30%)
  - les **bouteilles sont gravées au laser** pour leur traçabilité, ce qui empêche leur réutilisation (15%)
  - le **verre possède une mémoire de choc** qui fragilise trop les bouteilles au bout de plusieurs utilisations (11%)
  - le lavage des bouteilles n'est pas toujours efficace et pose des **problèmes d'hygiène** (11%)
  - le lavage des bouteilles est **trop coûteux** (7%)
  - le lavage des bouteilles n'est pas écologique (**empreinte carbone du transport** ; procédé de lavage non écologique par rapport à celui du recyclage) (7%)
  - il y a **trop de calibres de bouteilles différents** entre les exploitants (4%)
  - les **étiquettes** sont **impossibles à décoller** (4%)
  - le **grattage des capsules** pose problème (4%)
  - problème de niveau de remplissage (4%) *(Il nous faudra élucider cette question)*

Voir la question 8 sur les freins pour plus de précisions.

**10- Procédez-vous déjà au lavage de vos bouteilles déjà utilisées ?**

56% des viticulteurs le font déjà. Parmi eux, 57% le font eux-mêmes et 43% le font faire par l'entreprise Serge Cheveau. Il est à noter que 2 des viticulteurs qui le font eux-mêmes peuvent augmenter leurs volumes.

**11- Le lieu de stockage de vos bouteilles est-il accessible en semi-remorque ?**

74% des viticulteurs ont leur lieu de stockage accessible en semi-remorque.

**12- Allez-vous régulièrement à une coopérative, à une plateforme de lavage de votre matériel ou dans un autre endroit commun aux viticulteurs et seriez-vous prêts à y apporter les bouteilles récoltées ?**

52% des viticulteurs vont régulièrement à une coopérative, à une plateforme de lavage de leur matériel ou dans un autre endroit commun aux viticulteurs et seraient prêts à y apporter leurs bouteilles récoltées.
Liste des lieux opportuns :

- Coopérative Agricole et Viticole Beaune
- Soufflet Vigne Meursault
- Aire de lavage de Vosne
- coopérative Régnier
- prochaine aire de lavage à Nuits
- Meursault
- Coopérative Bourgogne du Sud (entrepôt Savigny)
- SAS Serge Cheveau

**13- Pensez-vous envisageable de solliciter votre clientèle locale pour rapporter les bouteilles vides à votre exploitation ?**

64% des viticulteurs ne pensent pas envisageable de solliciter leur clientèle locale pour rapporter les bouteilles vides à leur exploitation.

**14- Pensez-vous envisageable, lorsque vous livrez vos clients (restaurateurs, hôteliers, bars à vins, supermarchés…), de récupérer les bouteilles vides ?**

74% (37 viticulteurs) ne pense pas cela envisageable.

**15- Souhaitez-vous faire partie d'un groupe de travail pour le retour de la consigne ?**

2 viticulteurs le souhaiteraient :

- Frederic Mazeau, de MAREY LES FUSSEY (mazeau.frederic@orange.fr)
- Maurice GAVIGNET et Arnaud GAVIGNET, entreprise GAVIGNET Père & Fils, de NUITS SAINT GEORGES (contact@maurice-gavignet.com)

6 autres ont une bonne opinion du retour de la consigne. Nous pourrions donc les solliciter :

- Jérôme Fornerot, de SAINT AUBIN (jeromefornerot@aol.com)
- GAEC TRAPET J. et J.Louis, de GEVREY-CHAMBERTIN (jeanlouis@trapet.fr)
- Jean et Gilles LAFOUGE, de AUXEY-DURESSES (domainelafouge@orange.fr)
- Claude De Nicolay, CHANDON DE BRIAILLES, de SAVIGNY LES BEAUNE (contact@chandondebriailles.com)
- EARL Lebreuil, de SAVIGNY LES BEAUNE (domaine.lebreuil@wanadoo.fr)
- SCE Michel Niellon, de CHASSAGNE-MONTRACHET (domainemichelniellon@orange.fr)

**16- Quels sont les freins à votre avis au retour de la consigne de bouteille ?**

Voir le tableau « Classements-freins.xlsx » (cliquer sur le lien).

## Partie 2 : Vos bouteilles aujourd'hui

2- **Combien de bouteilles avez-vous mis ou fait mettre en bouteilles les 2 dernières années** ?

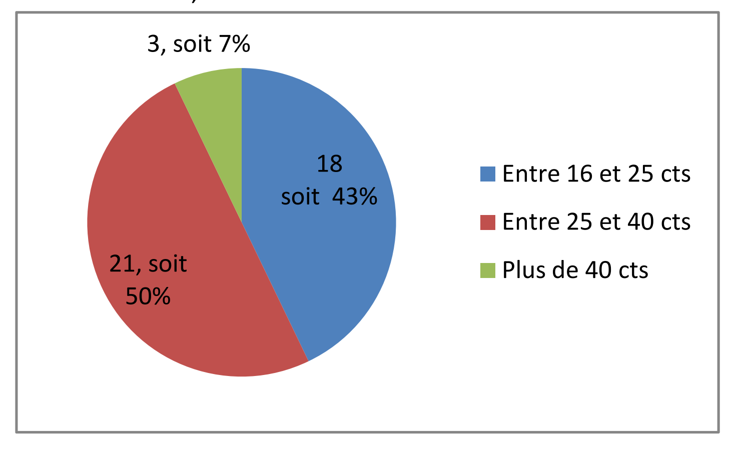
Les chiffres ne sont pas exacts car certains vignerons ont simplement indiqué le nombre total sans préciser les types de vin.

| Année | Total | Dont la proportion pour les viticulteurs ayant donné le détail est : | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Rouge | Blanc | Rosé | Pétillant |
| 2011 | 7 657 040 | 1 284 059 (65%) | 602 101 (30%) | 36 880 (1,9%) | 32 170 (1,8%) |
| 2012 | 7 692 053 | 1 376 440 (65%) | 691 289 (32%) | 30 960 (1,45%) | 29 400 (1,38%) |

**3- A quel prix achetez-vous vos bouteilles ?**

8 viticulteurs (16%) n'ont pas répondu à cette question.

En les enlevant, nous obtenons ces résultats :




Nombre de viticulteurs
Entre 16 et 25 cts : 43%
Entre 25 et 40 cts : 50%
Plus de 40 cts : 7%

**3- Comment procédez-vous à la mise en bouteille de votre production ?**

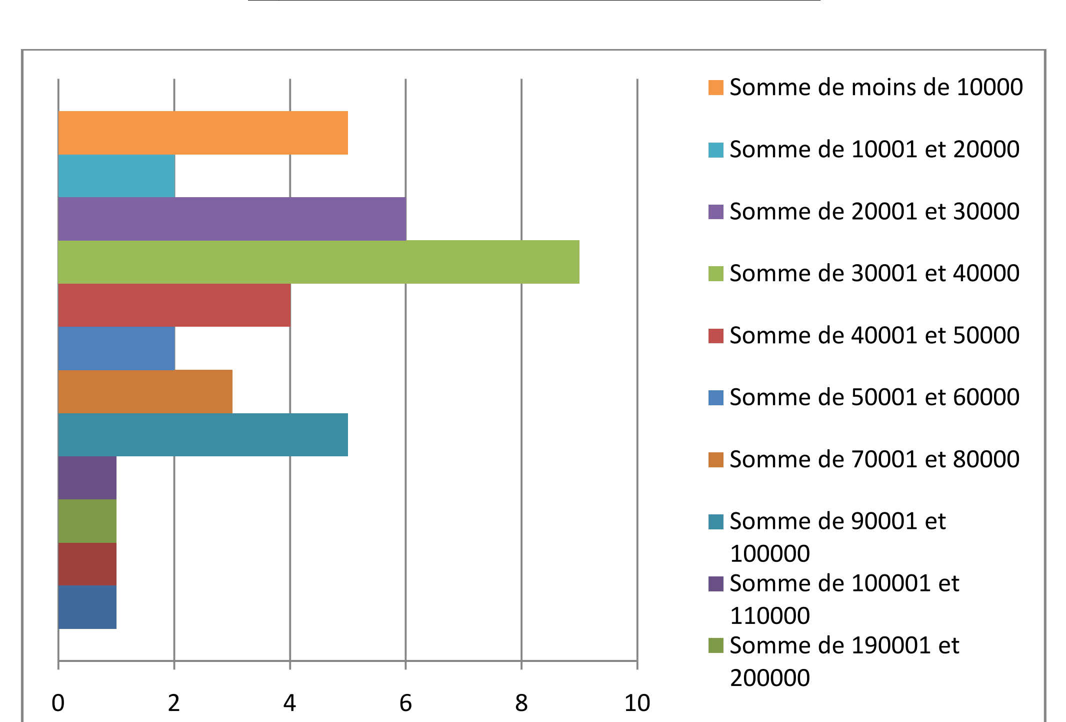
33 viticulteurs (67%) le font dans leur domaine et le reste le font par le prestataire :

- CBFE
- Christian Ninot (2 viticulteurs)
- Paetzold
- Serge Cheveau (4 viticulteurs)

**4- Combien de bouteilles avez-vous vendues en 2012 ?**

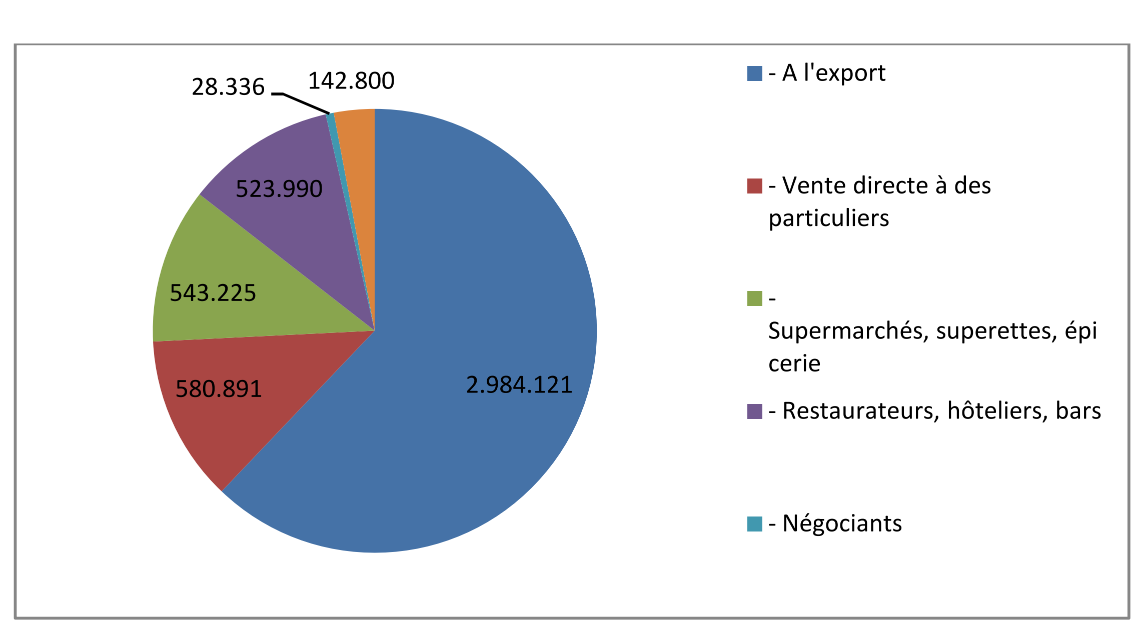
Tous les viticulteurs n'ont pas donné cette information. Avec les données que nous disposons, nous pouvons établir que 7 468 063 de bouteilles ont été vendues en 2012. Les viticulteurs sont répartis comme suit :

Répartition des viticulteurs en fonction de leur vente




Les acheteurs se répartissent comme suit (là aussi, les données ne sont pas complètes)

Répartition des acheteurs des bouteilles des viticulteurs
qui ont répondu à l'enquête

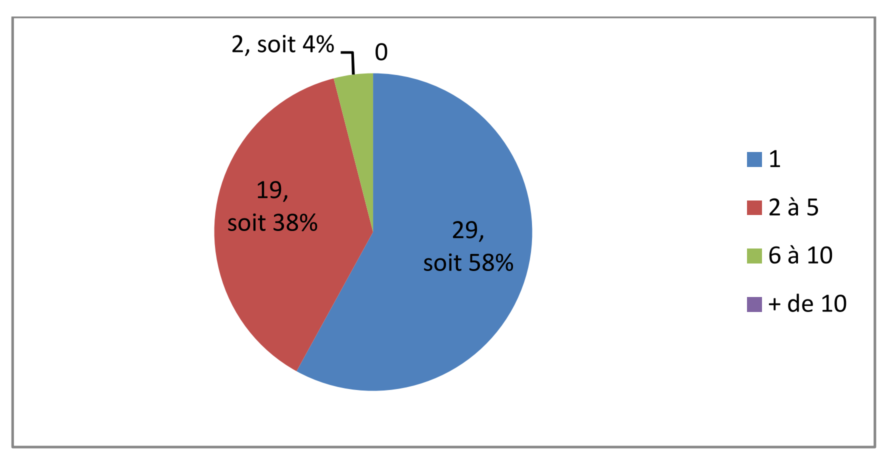



*Nombre de bouteilles par type d'acheteurs*

### 8- Vous arrive-t-il de procéder à des débouchages ?

76% des viticulteurs ne procède jamais à des débouchages.
Parmi ceux qui le font, certains n'ont pas précisé le montant exact. Malgré cela, nous pouvons établir une moyenne de 590 bouteilles par an, en excluant un viticulteur qui se détache largement de ses congénères en débouchant 30 000 bouteilles par an (il en vend deux millions par an).

### 9- Combien de modèles différents de bouteilles utilisez-vous ?



*Nombre de viticulteurs par nombre de bouteilles utilisées*

En valeur relative :

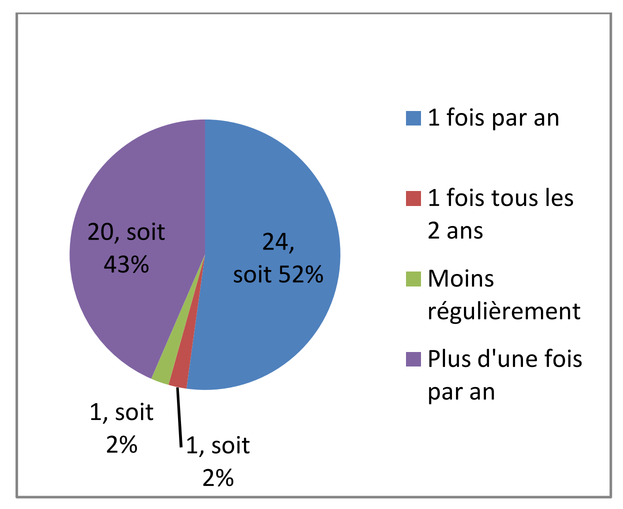
- 58% des viticulteurs de l'enquête ont 1 modèle de bouteille.
- 38% des viticulteurs de l'enquête ont de 2 à 5 modèles de bouteille.
- 4% des viticulteurs de l'enquête ont de 6 à 10 modèles de bouteille.
- Aucun d'entre eux n'a plus de 10 bouteilles.

Seulement 9 viticulteurs n'ont pas répondu à cette question.
Les modèles qui reviennent le plus souvent sont les suivants :

| Modèle | Bourgogne tradition | Bourgogne classique | Bourgogne Grand cru | Bourgogne séduction | Evolution |
|---|---|---|---|---|---|
| Nb de viticulteurs | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Couleur | Feuille morte, feuille morte foncée, chêne, cannelle, antique | Cannelle, feuille morte, chêne | Antique | Antique, cannelle | Feuille morte |
| Bague | Cétie, carrée | Carrée | cétie | Cétie, carrée | Cétie |
| Prix | 0,22€ à 0,28€ | 0,29€ à 0,33€ | | 0,42€ | |

**10- A quel rythme achetez-vous vos étiquettes ?**

Sur 46 réponses, voici les résultats :



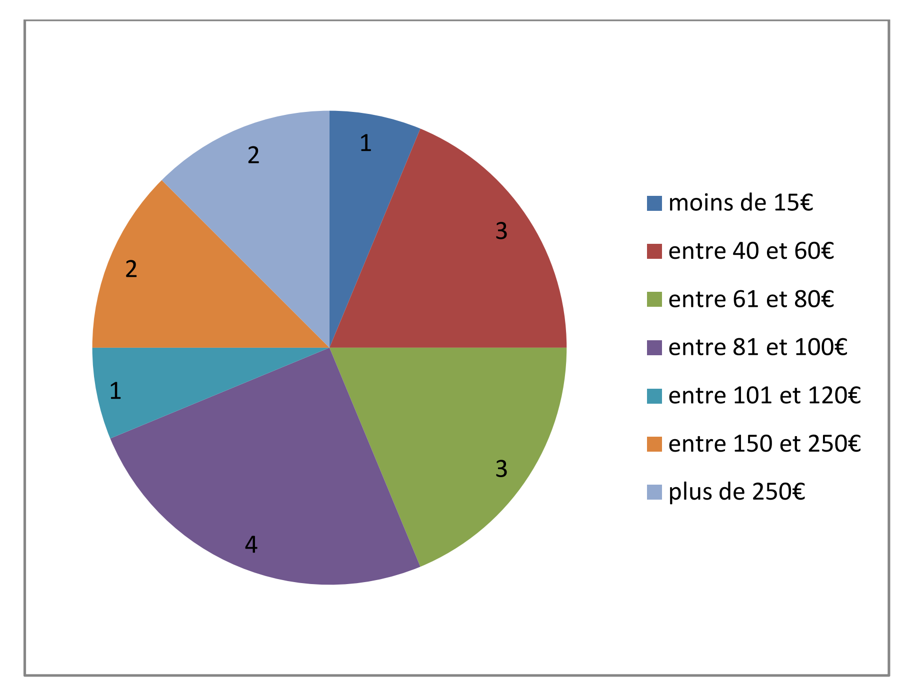

En valeur relative :

- 43% des viticulteurs qui ont répondu achètent leurs étiquettes plus d'une fois par an
- 52% des viticulteurs qui ont répondu achètent leurs étiquettes 1 fois par an
- 2% des viticulteurs qui ont répondu achètent leurs étiquettes 1 fois tous les 2 ans
- 2% des viticulteurs qui ont répondu achètent leurs étiquettes moins régulièrement

A quel prix ?

31 viticulteurs n'ont pas répondu à cette question et 3 n'ont pas donné de chiffres exacts.

Pour 1000 étiquettes, les viticulteurs se répartissent ainsi :




Il nous semble que les données ne sont pas complètement fiables. Il sera important de comparer les prix entre les étiquettes adhésives « classiques » et celles solubles à l'eau sur des cas précis.

**11- Avez-vous un fournisseur d'étiquettes régulier ?**

44 viticulteurs (88%) ont un fournisseur régulier dont voici la liste :

- Jaquelin Frères (10 viticulteurs)
- Devevey (5 viticulteurs)
- RGB (5 viticulteurs)
- Millesime (3 viticulteurs)
- Filiber (2 viticulteurs)
- Ideos (2 viticulteurs
- HERY (2 viticulteurs)
- Monroe (2 viticulteurs)
- Autajon (2 viticulteurs)
- Combier koenig
- Label F
- Bouley
- DEPP Gevrey
- IGP
- Adetic
- Aste-Bidoit
- Sorden
- Collotype Labels
- S2E Impression Chenove

**Remarques des viticulteurs**

« au niveau de mon exploitation, je pense inconcevable de vouloir récupérer les bouteilles vides.
Le système des conteneurs et me parait plus approprié, au moins pour l'environnement. »

« vous collecter sans avoir donné de garanties sur leur utilisation des données susceptibles de servir à autre chose que le but de l'enquête »

« la qualité des colles des étiquettes est indispensable pour qu'elles tiennent en cave dans le temps!
Alors, oui, c'est le frein majeur à la réutilisation de bouteilles, mais c'est un point sur lequel on ne veut pas baisser en qualité !!! »

« il faut absolument que les étiquettes est une colle dégradable à l'eau ce qui est rare »

« étude trop détaillée »

« Les chiffres données sont tres approximatifs,mais représentent vraiment la moyenne de notre exploitation.
Nous avions l'idée d'appliquer le retour de nos cartons (consigne) à 1 euro pièce, à valoir sur la prochaine commande....sur le principe avec les bouteilles peut être intéressant »

« merci de cette prise conscience. »

« CE PROCEDE NE NOUS INTERESSE PAS DU TOUT »

« exploitation en cour de démarrage »

« Bonne idée... »

## Annexe 8 : Synthèse des freins émis par les viticulteurs et solutions à apporter

Réponses à la question 8 de la partie 1 : Quels sont les freins à votre avis au retour de la consigne de bouteilles ?
7 viticulteurs n'ont pas répondu

| Type de freins | | Freins | Solutions |
|---|---|---|---|
| Techniques | Tri des bouteilles | Dans le domaine viticole, il existe un grand nombre de modèles différents selon : la taille, le poids, la forme, la couleur (la teinte feuille morte est variable d'un fournisseur à l'autre), et la bague de chaque bouteille. Chaque domaine utilise un modèle particulier et ne peut réutiliser que ses bouteilles. Ceci entraîne des problèmes pour un embouteillage et un bouchage corrects. | Des bacs étiquetés au nom de chaque viticulteur contenant uniquement leurs bouteilles seront en place. |
| | Etiquettes | La qualité des bouteilles lavées n'est pas bonne à cause des étiquettes autocollantes. | Changement de colle des étiquettes pour une colle soluble à l'eau. |
| | | Les étiquettes à retirer rendent le lavage trop long et donc trop coûteux. | Changement de colle des étiquettes pour une colle soluble à l'eau. |
| | | Impossibilité de retirer les étiquettes des bouteilles. | Changement de colle des étiquettes pour une colle soluble à l'eau. |
| | Lavage | Le lavage chez le viticulteur est impossible à cause des normes HACCP en vigueur. Seule une entreprise spécialisée peut s'en charger. | L'entreprise Serge Cheveau est sur le territoire et est régulièrement controlée. |
| | | A l'export, les viticulteurs sont soumis à de plus en plus de normes d'hygiène, ce qui complique le lavage. | Il faut envoyer les bouteilles dans une entreprise professionnelle de lavage (Serge Cheveau par exemple). |
| | | Le lavage n'est pas efficace. | Il faut communiquer auprès des viticulteurs sur l'efficacité du lavage. |
| | | Toxicité et nocivité de certains produits utilisés pendant le lavage. | Le lavage utilise de l'eau chaude. Il faut communiquer sur cet a priori auprès des viticulteurs. Une visite de l'entreprise Serge Chevaux peut permettre de donner les bonnes informations. |
| | | Il reste une goutte d'eau dans les bouteilles après le lavage. | Les bouteilles sont séchées après le lavage avant d'être remises en caisse. |
| | Fragilité du verre | Le verre, quand il subit un choc, peut avoir des microfissures invisibles qui le fragilisent. Les bouteilles ne sont plus utilisables et ceci est d'autant plus problématique pour celles qui seront exportées. | Limiter le nombre de lavage de chaque bouteille.<br>Tester la solidité du verre. |
| | Laser | Il existe une obligation légale de marquer le numéro de lot sur les bouteilles au tirage. Il est parfois marquer par gravure laser, ce qui empêche par conséquent une réutilisation des bouteilles. | Le numéro de lot peut être inscrit sur l'étiquette et non sur la bouteille. |

| Type de freins | | Freins | Solutions |
|---|---|---|---|
| Logistiques | Export / Vente en salon | Beaucoup de viticulteurs exportent en grande quantité et ne peuvent récupérer leurs bouteilles. | Pas de solution. |
| | | Un viticulteur vend 90% de sa production en salon, loin de son exploitation. Il aurait des difficultés à transporter ses bouteilles sur son exploitation. | Pas de solution. |
| | Retour des bouteilles par les clients chez les viticulteurs | Les clients sont loin. | Pour démarrer l'expérience de réintroduction de la consigne, il faudra que l'on s'appuie sur les viticulteurs ayant une clientèle régulière. Néanmoins, il sera intéressant pour ceux dont la clientèle vient que quelques fois par an, de faire une enquête auprès de leurs clients pour savoir s'ils seraient prêt à stocker leurs bouteilles et sous quelles condiions. |
| | | Les clients ne reviennent que tous les deux ou trois ans. | |
| | | La récupération en local serait uniquement une à deux fois par an en même temps que les commandes des clients. | Ce n'est pas un problème. |
| | Stockage | Les clients professionnels n'ont pas la place d'entasser les bouteilles vides. | Un ramassage régulier devra être mis en place. |
| | | Comment seront stockées les bouteilles chez les clients ? | Dans des caisses données par chaque viticulteurs ou vendeurs de vin. |
| | | Le ramassage et le stockage des bouteilles vides doit être à la charge du consommateur et non pas du viticulteur. Sinon on emmènerait nos emballages de produits alimentaires aux supermarchés au lieu de les mettre soit même dans sa poubelle. | Incitation financière pour le consommateur. |
| | Mise en place | Organisation complexe de la filière | Il faudra bien expliquer le fonctionnement de cette future filière. |
| | Transport des bouteilles vides | Dans quoi les clients vont ils mettre les bouteilles vides ? | Pour les restaurateurs ou supermarchés, l'équipement en caisses sera nécessaires. Pour les particuliers, un sac cabas spécial "bouteilles" sera suffisant. |
| | | Si les clients ne rincent pas les bouteilles vides, il y aura une forte odeur qui se dégagera. | Insister sur le fait qu'il faille bien rincer les bouteilles vides lors de la communication au sujet de la consigne. |
| | | La plupart des fournisseurs de bouteilles ne récupèrent pas les bouteilles vides. | Si le principe de la consigne se développe, ils le feront probablement, sinon on peut faire sans eux avec l'entreprise de lavage qui vend également en occasion. |
| | Tri des bouteilles | Difficulté de tri pour les restaurateurs. | Un système de tri devra être mis en place soit chez le restaurateur, soit par une entreprise extérieure. |

| Type de freins | Freins | Solutions |
|---|---|---|
| Liés à l'image de marque | Les clients des vins de Bourgogne (export ou restauration surtout) ne supporteront pas les moindres petits défauts ou différences d'aspect visuel extérieur d'une bouteille à l'autre. | L'export ne pourra pas rentrer dans ce processus. Pour les restaurateurs, il faudra être vigilent au choix des bouteilles de départ et faire les tests nécessaires pour voir combien de lavages sont possibles. |
| | Le stockage chez le viticulteur ne serait pas beau et générerait une odeur trop forte. | à tester |
| | Image non qualitative pour les vins haut de gamme. Les bouteilles réutilisées véhiculeront une image de vin ordinaire. | Communiquer sur l'aspect positif du retour de la consigne. Beaucoup de clients seront sensibles à cet argument. |
| Ecologiques | Bilan carbone : chaque client prendra sa voiture pour ramener des bouteilles au domaine, sachant que peu d'entre eux sont locaux, le viticulteur devra prendre un camion pour aller à une plate-forme... | Le client ne devra pas faire de voyages supplémentaires puisqu'il rapportera les bouteilles lors d'un achat suivant. Quant aux viticulteurs,l'idée est de créer un lieu de stockage commun dans un lieu fréquenté par eux (centrale de lavage…) pour l'entreprise de lavage vienne les chercher. |
| | Le lavage est fait avec des produits chimiques, ce qui n'est pas très écologique. | Faux, le lavage est fait à l'eau chaude. Communiquer sur cet aspect. |
| Financiers | C'est un investissement en temps que les viticulteurs ne peuvent se permettre. | Il faudra une phase de test chez quelques viticulteurs pour mettre en place une organisation ne demandant pas ou peu de temps aux viticulteurs. |
| | C'est un investissement en temps trop important pour les consommateurs. | L'enquête faite par le Conseil Général montre que les consommateurs sont prêts à faire l'effort nécessaire. |
| | Le prix du lavage est trop onéreux par rapport à celui de l'achat de bouteilles neuves. | Dans l'enquête, on voit que la plupart des vignerons achètent leurs bouteilles entre 0,25 et 0,40 euros l'unité alors que le lavage coûte 0,16€. |
| | Pour que la consigne fonctionne, il faudra qu'elle soit incitative sur le plan pécuniaire, ce qui renchérirait le produit fini. Ce serait une forme de taxe, un coût supplémentaire pour le client qu'il n'est pas prêt d'accepter en ces temps de crise. | L'enquête du Conseil Général montre que les consommateurs sont prêts. S'ils jouent le jeu, il n'y aurait pas d'incidence financière pour eux. |
| | « Client qui ramène bouteille dit apéro ». En d'autres termes, ce viticulteur ne veut pas offrir de vin aux clients qui rapportent des bouteilles vides. | Expliquer à ce viticulteur que la consigne est un bon moyen de fidéliser ses clients. |
| Liés aux incitations des parties prenantes | Les particuliers et restaurateurs n'ont guère d'intérêt à aller livrer leurs bouteilles vides dans une plateforme de lavage. | Pour l'instant, cela n'est pas envisagé. Ils rapporteront leurs bouteilles sur les lieux d'achats (caves, supermarchés…) |
| | La consigne entraine un tri des déchets supplémentaire chez le consommateur. | Le consommateur semble prêt. Une première année de test devra le confirmer. |

| | | |
|---|---|---|
| Liés au marché parallèle des bouteilles vides | Avec le retour des consignes, on va faciliter le marché parallèle des vins... c'est un moyen de pouvoir se fournir des bouteilles vides. | à rediscuter |
| **Type de freins** | **Freins** | **Solutions** |
| Liés à la concurrence du recyclage | Le développement des conteneurs à verre près du lieu d'habitation des particuliers n'incite pas ces derniers à participer à la mise en place d'un système de consigne. | Un travail de communication devra être fait et l'incitation financière pourra jouer. |
| | Certains viticulteurs voient la consigne comme un travail qui devrait être fait par les entreprises de recyclage qui perçoivent déjà une taxe pour cela. | Il faudra expliquer aux viticulteurs qu'il y a une différence entre le recyclage et la consigne. |
| Politique | La consigne demande une gestion supplémentaire inutile pour les entreprises dont ce n'est pas le rôle. | Le système choisi sera peu contraignant. Et n'est-ce pas le rôle des entreprises de participer à la protection de notre environnement ? |
| | La consigne de bouteille ne doit pas être obligatoire. | Pour l'instant, elle ne l'est pas. |
| Liés aux volumes | Certains viticulteurs vendent très peu de bouteilles en Côte d'Or. | Le volume est tout de même suffisamment important pour que cela vaille le coût. L'expérience devra d'abord s'appuyer sur les viticulteurs vendant principalement localement. |
| | A cause du problème d'étiquette lors du lavage, il n'est possible de laver que les bouteilles sans étiquette (de dégustation notamment) qui représentent 1% des bouteilles utilisées. | Avec la solution des étiquettes à colle soluble, le problème devrait être réglé. |

Ty

## Annexe 9 : Invitation à la journée technique du 23 janvier










# RAPPEL

# « Retour de la Consigne des Bouteilles : cap' ou pas cap' ? »

# Jeudi 23 janvier 2014 à Ladoix-Serrigny

**Revenir à la consigne des bouteilles**, c'est :

- **Des économies pour les viticulteurs** : 0,16€ de lavage (avec transport) contre 0,25€ à 0,45€ pour l'achat d'une bouteille
- **Fidéliser une clientèle locale** : 80% des Côte d'Oriens sont favorables au retour de la consigne des bouteilles (étude du Conseil Général)
- **Diminuer l'impact environnemental des emballages** : le verre recyclé demande beaucoup d'énergie pour être fabriqué.

Le Conseil Général de Côte d'Or a missionné les associations Pirouette Cacahuète et Ecoscience Provence pour **étudier la faisabilité technique et économique du retour de la consigne des bouteilles** sur notre département.

Les **questions techniques** sont aujourd'hui **résolues** et nous profiterons de cette journée pour vous **présenter les solutions de lavage, d'étiquetage…**

Nous avons également prévu **des temps d'échange** pour que les **viticulteurs** présents puissent **poser toutes les questions qu'ils souhaitent** et nous **apporter leur expérience tant technique que dans leur rapport à leur clientèle (particulier, restaurateur, supermarchés.)**

**Vous avez la possibilité d'être présent toute la journée ou uniquement le matin ou l'après-midi.**

## 10h à 12h : visite de l'entreprise de lavage de bouteilles Serge Cheveau à Ladoix Serrigny

Stéphane Cheveau nous présentera sa nouvelle chaine de lavage et l'organisation qui pourra être mise en place avec les viticulteurs.

*Accès : **si vous venez de Dijon**, passez et dépassez Ladoix Serrigny  et prendre à gauche au niveau d'un vendeur de voiture. L'établissement Serge Cheveau se trouve un peu plus loin sur la droite.*

***Si vous venez coté Beaune**, avant de rentrer dans Ladoix-Serrigny, prendre à droite après le vendeur de voiture. Continuez jusqu'à l'établissement Serge Cheveau.*

***12h-13h : repas au Restaurant "Les Paulands" à Aloxe-Corton (23€ à la charge de chacun des participants - café et verre de vin compris – réservation indispensable)***

## 13h30 à 16h30 : Interventions et ateliers sur les différentes thématiques – Salle Saint-Roch à Ladoix Serrigny

*Rendez-vous Salle saint-Roch à coté de la mairie de Ladoix-Serrigny (prendre la rue de serrigny depuis la route allant de Beaune à Dijon)*

**13h30 : Pourquoi remettre la consigne en place aujourd'hui ?**
(Cécile Artale de Pirouette Cacahuète, Mickaël Schneider d'Ecosciences Provence)

- Présentation de l'étude sur le retour de la consigne des bouteilles
- D'autres démarches en France (Ecoscience Provence (Var)-coordinateur du réseau national de la consigne des bouteilles)

**14h : Une gamme d'étiquettes adhésives à colle soluble**
(Marie-Claire Brikke d'UPM France et Maud Perez de RGB)

Présentation de la gamme de papier conçu par UPM France et testée par l'imprimeur RGB et l'entreprise Serge Cheveau.

Explication à partir d'exemples concrets de quelques contraintes d'impression pour que ces étiquettes puissent être retirées facilement. ***Vous pouvez apporter vos étiquettes si vous le souhaitez pour un conseil personnalisé.***

**14h30 : Atelier sur la Contribution Adelphe**

Les participants seront amenés à échanger sur comment faire évoluer la contribution « groupe » payée lors de l'achat de cols pour valoriser les viticulteurs qui consigneront leurs bouteilles ?

**15h : Point sur les écritures comptables liées à la consigne**
(Cécile Artale de Pirouette Cacahuète, également comptable de formation)

**15h15 : Communication**

- Présentation du logo national (Mickaël Schneider – Ecosciences Provence)
- Echanges des participants sur les actions de communication qui pourront être mis en place afin d'attirer la clientèle locale.

**15h45 : Questions liées à chacun des viticulteurs présents (stockage, transport…)**

**16h : Extension de la consigne des bouteilles aux restaurateurs**

Echanges avec les participants de ce qui pourraient être mis en place avec les restaurateurs avec qui ils travaillent.

***16h30 : fin de la journée***

Si vous souhaitez vous inscrire, vous pouvez le faire en nous envoyant un mail : contact@pirouette-cacahuete.net en nous précisant si vous serez présent toute la journée, le matin, l'après-midi et si vous souhaitez réserver pour le repas.

**Renseignements complémentaires : 03 80 45 92 23 ou** www.pirouette-cacahuete.net

LE BIEN PUBLIC

# Côte-d'Or - Économie Bouteilles : le retour de la consigne ?




Le président du conseil général, François Sauvadet, a visité jeudi l’entreprise Serge Cheveau, spécialisée dans la distribution et le lavage industriel de bouteilles de vin. Photo E. H.

**Le premier public visé par cette expérimentation du retour de la consigne sont les viticulteurs locaux, eux qui voient transiter des dizaines de milliers de bouteilles. Explications.**

Geste citoyen ? Geste écologique ? Geste économique ? Un peu tout cela en vérité. Le conseil général entend porter une expérimentation sur le retour de la consigne des bouteilles de vin en Côte-d’Or. En avril 2013, il a initié une étude, confiée à l’association dijonnaise Pirouette Cacahuète et à l’association varoise Ecoscience Provence, qui disposait déjà d’une expérience sur le retour des bouteilles de vin dans la région de Brignoles.

Selon François Sauvadet, président du Département, « les premiers résultats (de cette étude) sont encourageants et démontrent que toutes les conditions sont réunies en Côte-d’Or pour un retour favorable de la consigne ». Comprenez qu’avec la proximité d’une entreprise de lavage

– la société Cheveau en l’occurrence, leader dans ce domaine (lire par ailleurs) – les viticulteurs côte-d’oriens auraient tout à y gagner.

**Démarche écologique**

Évidemment, certains peuvent évoquer quelques freins à ce retour de la consigne. Chaque domaine viticole utilise un modèle de bouteille particulier et ne peut réutiliser que ses bouteilles ? Des bacs étiquetés au nom de chaque viticulteur contenant uniquement leurs bouteilles peuvent être mis en place. La ligne de lavage de bouteilles de l’entreprise Cheveau permet de laver de nombreux types de bouteilles. Ainsi, un viticulteur qui possède des bouteilles différentes peut en faire laver une palette et être sûr de récupérer ses propres bouteilles lavées.

Cette solution, émanant d’une réflexion conjointe entre le conseil général, la société Cheveau et l’association Pirouette Cacahuète, vient en complément d’autres réponses que peuvent se poser les viticulteurs. Comme par exemple la crainte de devoir subir un coût supplémentaire s’ils passent par ce lavage. « La plupart des vignerons achètent leurs bouteilles entre 0,25 et 0,40 € HT l’unité, alors que le lavage coûte 0,16 €», a rappelé François Sauvadet ce jeudi matin, lors d’une visite de l’entreprise Cheveau. Et de rajouter : « Des économies sont donc à réaliser dès la première bouteille ! »

À l’issue de sa visite des établissements Cheveau, le président du conseil général, aux côtés de Stéphane Cheveau, responsable de production et fils du fondateur de l’entreprise, a insisté sur la nécessité de porter cette expérimentation, observant que la consigne est « un atout commercial et un outil de réduction des dépenses publiques ». « La mise en place de la consigne des bouteilles de vin permet de fidéliser la clientèle et donne une image intéressante pour les citoyens, sensibles à la démarche écologique. »

Pour rappel, en Côte-d’Or, le coût de la gestion du recyclage du verre (pris en charge par 29 collectivités territoriales) revient à 2,60 € par habitant et par an, soit 1 365 000 € par an. La réutilisation des bouteilles permettrait donc de réduire ces coûts. « Il ne faut pas que cela soit considéré comme une contrainte mais comme une démarche à la fois citoyenne, écologique et économique », a déclaré Stéphane Cheveau.

# Etude sur le retour de la consigne des bouteilles de vin en Côte d'Or
# Grille de diagnostic pour les viticulteurs

Nom du viticulteur : ………………………………………………………………………………………………………………….

Nom du domaine : …………………………………………………………………………………………………………………….

Adresse : ………………………………………………………………………………………………………………………………

CP : ……………………………… Ville : ……………………………………………………………………………………………

Retranscription des informations déjà données dans la première enquête : ………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………
………………………………………………………………………………………………………………………………

## *Première étape (entretien téléphonique)*

### Entrée en matière

- **Point rapide sur les résultats de l'enquête** pour mettre en confiance le viticulteur.
- **Demande d'un rendez-vous** pour échanger sur la possibilité que le viticulteur devienne expérimentateur.

Si oui, questions supplémentaires :

| Sujet | Réponse | |
|---|---|---|
| Abri pouvant contenir une palette pour stocker les bouteilles vides | Oui | Non |
| Clientèle locale | Oui | Non |

Si les réponses sont « non », le diagnostic se finit à cette étape.
Si les réponses sont « oui », une date de rendez-vous est prise.

# Deuxième étape (chez le viticulteur)

En amont, un mail sera envoyé aux viticulteurs pour leur demander de préparer avant l'entretien les documents suivants :

- Catalogue des vins vendus
- Facture d'achat des différentes bouteilles utilisées
- Facture d'achat des étiquettes utilisées

## Etape 1 : détermination des bouteilles qui pourraient être consignées

*Probablement, parmi la gamme de vins proposés, certains sont vendus majoritairement à l'export et d'autres davantage localement. Nous avons également besoin de savoir si le viticulteur a mis en place une identification de ses acheteurs (base de données, statistiques…).*

**Question 1 : Y-a-t-il certaines de vos bouteilles que vous vendez plus localement ?**

| Appellation/millésime | Modèle de bouteille | Prix des bouteilles à l'achat | Prix des bouteilles à la vente | Quantité vendue localement (1 an) |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

**Question 2 : combien de bouteilles vendez-vous localement et à quel type d'acheteur ?**

| Appellation/millésime | Vente locale (si possible nombre bouteilles) | | | | Dégustation |
|---|---|---|---|---|---|
| | Particulier | Restaurateur | caviste | Grande et moyenne surface | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

*Ces deux questions vont nous permettre :*

- *De savoir si le viticulteur a mis en place un système lui permettant de connaître la destination de ces bouteilles. Si ce n'est pas le cas, nous lui proposerons un moyen (informatique ou non) de le faire.*
- *De connaître les bouteilles utilisées et de voir ensuite avec Stéphane Cheveau si ce sont des bouteilles assez résistantes pour avoir plusieurs lavages. Si ce n'est pas le cas, nous proposons toujours avec l'expertise de S. Cheveau un modèle ressemblant.*
- *D'identifier les restaurateurs et les cavistes avec lesquels travaille le viticulteur.*
- *De connaître à quel prix, le viticulteur achète ses bouteilles pour nous permettre d'évaluer le gain de la bouteille consignée.*

## Etape 2 : étiquetage

**Question 3 : Pour les crus vendus localement, quelles étiquettes utilisez-vous ?**

| Appellation/millésime | Contre-étiquette (O ou N) | Imprimeur | Qualité papier | Date prochaine commande | Adhésive ? O ou N | Etiquette(s) donnée |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

*En cas de doute sur l'étiquette, nous demanderons un exemplaire de celle-ci pour solliciter l'expertise d'UPM ou de RGB.*

**Question 4 : Préférez-vous mettre le logo de la consigne sur votre étiquette ou au moyen d'un autocollant indépendant ?**

- Insertion dans le graphisme de l'étiquette : oui - non
- Autocollant indépendant : oui - non

*En amont de cette question, nous présenterons le logo national de la consigne.*

**Si la réponse est l'insertion dans le graphisme,**

**Question 4 bis : qui fait le graphisme de vos étiquettes ?**

En interne | Graphiste indépendant ……………………………………………… | Imprimeur …………………………

*Ces questions vont nous permettre :*

- *De nous assurer que les étiquettes utilisées pourront être facilement reproduites sur du papier à colle soluble (pas d'aplat, papier identique…)*
- *Si ce n'est pas le cas, un rendez-vous avec le graphiste devra être pris.*
- *De connaître les imprimeurs avec qui les viticulteurs travaillent afin de prendre contact avec eux et de nous assurer qu'ils peuvent proposer une gamme d'étiquettes à colle soluble.*
- *De savoir à quel moment le viticulteur pourra passer à la consigne en fonction du renouvellement de ses étiquettes.*

## Etape 3 : transport, stockage

**Question 5 : où pensez-vous stocker la palette de bouteilles vides ?**
(Nous demanderons au viticulteur de nous montrer l'endroit)
……………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………..

*Caractéristiques à vérifier :*

- Emplacement abrité du soleil et des intempéries : oui - non
- Accès à un semi-remorque : oui - non
- Proximité du point où la clientèle rapporte ses bouteilles : oui - non

**Question 6 : Faites-vous déjà appel à l'entreprise S. Cheveau ?**

Oui - Non

**Question 7 : En cas de petite quantité :**

- Avez-vous des raisons de vous rendre à Ladoix-Serrigny apporter vos bouteilles directement chez S. Cheveau ?

  Oui - Non

- Allez-vous régulièrement dans une aire de lavage ?

  Oui - Non

Si oui, laquelle :

………………………………………………………………………………………………………………………….

- Allez-vous régulièrement dans une coopérative ?

  Oui - Non

  Si oui, laquelle :

  ……………………………………………………………………………………………………………………………

*Ces questions vont nous permettre :*

- *De nous assurer que le viticulteur peut stocker les bouteilles vides dans de bonnes conditions.*
- *De trouver une solution en cas de collecte lente. En fonction des réponses des viticulteurs, un rendez-vous sera pris avec les responsables des aires de lavage et des coopératives.*

## Etape 4 : calcul économique

**Question 8 : Comment payez-vous votre contribution Adelphe ?**

- A chaque capsule achetée : Oui - Non

  Si oui, auprès de quel organisme :

  ……………………………………………………………………………………………………………

- Par une déclaration individuelle : Oui - Non

*Dans cas, nous demanderons aux viticulteurs une copie de sa dernière déclaration, afin ensuite de travailler avec l'adelphe et les autres porteurs de projet sur le retour de la consigne à des règles d'exonération pour les bouteilles consignées.*

**Question 9 : Quel taux de retour de bouteille, pensez-vous raisonnable de prendre en compte ?**

| 5% (1 bouteille sur 20) | 10% (1 bouteille sur 10) | 15% (1 bouteille sur 6 ou 7) | 20% (1 bouteille sur 5) |
|---|---|---|---|
| | | | |

*A cette étape, en fonction des données du nombre de bouteilles vendues localement, nous essaierons de faire des projections sur les économies réalisées par le viticulteur et le gain pour la collectivité.*

*Si cette étude n'est pas possible, nous demanderons aux viticulteurs de mettre en place un comptage des bouteilles vendues localement.*

## Etape 5 : informations des consommateurs

**Question 10 : Faîtes-vous des portes ouvertes ?**

Oui - Non

Si oui, à quelle date ou période ? :

……………………………………………………………………………………………………………………………

*A cette étape : point sur les tarifs réglementés de la consigne*

**Question 11 : Seriez-vous prêt à mettre en place une consigne monétaire ?**

Oui - Non

- o **Question 11a : quel système informatique de comptabilité, utilisez-vous ?.........................................................................................................**

- **Si carte de fidélité :**
  - o Qui pourrait vous la réaliser ? ……………………………………………………………………………….

**Question 12 : Pensez-vous qu'il serait nécessaire de mettre en place une communication large sur le retour de la consigne ?**

- Tract à distribuer à la clientèle chez les viticulteurs : Oui Non
- Page iframe donnant les coordonnées des viticulteurs, restaurateurs, cavistes entrant dans la démarche et référencée dans différents sites :

  Oui Non

- Plaquette papier donnant les coordonnées des viticulteurs, restaurateurs, cavistes entrant dans la démarche :

  Oui Non

- Autres idées : ……………………………………………………………………………………………………………………………………

  ……………………………………………………………………………………………………………………………………

*Ces questions vont nous permettre :*

- *D'identifier des moments où l'on pourrait organiser une action de promotion : visites de caves autour de la consigne…*
- *D'avoir l'avis des viticulteurs sur la communication à mettre en place et leur besoin de se sentir valoriser.*
- *De savoir si un appui technique est nécessaire pour la réalisation d'une carte de fidélité (carte de fidélité commune avec uniquement changement du logo du viticulteur…)*

## Etape 6 : cavistes et restaurateurs

**Question 13 : Pour votre clientèle de restaurateurs et de cavistes, préférez-vous ?**

- Leur proposer vous-même de rentrer dans la démarche ?

Oui Non

- Nous donner leurs coordonnées et que nous fassions les démarches ?

Oui Non

**Question 14 : Comment les bouteilles pour les restaurateurs et les cavistes sont –elles livrées ?**

- Vous les livrer vous-même ? Oui Non
- Ils viennent les chercher chez vous directement ? Oui Non
- Vous faîtes appel à une société de livraison ? Oui Non
    - Si oui, laquelle : ………………………………………………………………………………………………………………

Si possible :

| Nom du restaurateur ou du caviste et coordonnées | Nombre de bouteilles livrées/mois | Type de livraison | Pouvant être sensible à la démarche ? |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

## Annexe 12 : Domaine François Trapet – Gevrey-Chambertin (mardi 25 mars 2014)

**Coordonnées** :
Domaine Trapet
12 rue de Chambertin 21220 Gevrey Chambertin
Tél : 03 80 51 86 91 – domaine-trapet@bbox.fr
Contact : mme Trapet

Ce domaine ne vend sa production qu'en local et jusqu'à maintenant principalement en fûts à des négociants. Le fils reprenant la succession de ses parents, il souhaite développer la vente en bouteilles aux particuliers qui aujourd'hui avoisine les 1.000 bouteilles. Il pense pouvoir aller jusqu'à 10.000 bouteilles par an.
C'est la femme du fils que j'ai rencontré, originaire de la Moselle. Elle est déjà sensibilisée aux questions environnementales (utilisation de couches lavables pour ses enfants…).

Elle et sa belle-mère sont donc partantes pour mettre en place la consigne pour toute leur clientèle. Elles le font déjà de façon non officielle, sous forme d'une bouteille donnée de temps en temps aux clients rapportant des bouteilles vides.

Elles souhaitent poursuivre ce fonctionnement plutôt qu'une consigne monétaire dans un premier temps.

**Réponse de l'enquête par mail :** motivé par souci écologique, pratique déjà le lavage des bouteilles, travaille avec Cheveau, 2 à 5 modèles de bouteilles : évolution et lègère, bague cétie, teinte feuille morte.

**Stockage des bouteilles vides** : pas de souci, il pourra se faire dans un entrepôt. Le fils envisage de construire un nouveau lieu de stockage.

**Transports :** probablement, ils apporteront leur bouteille chez Cheveau, en raison de la petite quantité. Ils vont de toute façon régulièrement chez celui-ci acheter des bouteilles.

**Etiquettes** : Leur imprimeur est Filiber (Imprifrance). Les personnes rencontrées sont partantes pour imprimer toutes leurs étiquettes en colle soluble et apposer le logo de la consigne.

**Suivi** :

- J'ai appelé le responsable des achats de Filiber pour lui demander s'il travaillait avec UPM France. C'est le cas, il est donc disposé à proposer des étiquettes à colle soluble. D'après lui deux autres fabricants en proposent. Je vais me renseigner auprès de Mickaël Schneider pour connaître ceux à éviter compte tenu de leur propre expérience.
- J'ai recontacté le domaine François Trapet pour qu'il prenne rendez-vous avec leur imprimeur et voit pour passer en étiquettes à colle soluble.

## Annexe 13 : Domaine Dubois – Premeaux Prissey (jeudi 3 avril 2014)

**Coordonnées** :

Domaine Dubois
Rue de la Courtavaux
21700 Premeaux-Prissey
03 80 62 30 61 – contact@domaine-dubois.com
Contact : Béatrice Dubois

J'ai été reçu par Béatrice Dubois qui était venue à la journée technique. Elle a souhaité me faire visiter l'ensemble de son exploitation et me montrer toutes les initiatives prises pour recycler ou utiliser ses déchets mais ceux aussi de partenaires comme son imprimeur ou son cartonnier. On peut considérer que dans cette exploitation, il y un vrai souci d'optimisation des déchets : bouchons de liège des bouteilles de dégustation récupérés pour une association caritative, petites plaques de carton entre les cartons pliés livrés réutilisées pour séparer les bouteilles, grandes plaques d'isorel présentes dans les palettes de bouteilles achetées réutilisées par leur cartonnier, cornières en carton de leur cartonnier utilisées pour renforcer les cotés des palettes de bouteilles, petites palettes des imprimeurs utilisées pour livrer des cartons de bouteilles en petite quantité, ceps de vigne et poteaux arrachés brulés dans leur chaudière…

Ils produisent 100.000 bouteilles par an. Ils vendent à l'export (35%), et dans toute la France, finalement peu en locale.

**Etiquettes** : Dubois utilise de nombreux modèles d'étiquettes, certaines faites par des imprimeurs d'autres par leur soin avec une imprimante thermique et une imprimante jet d'encre.

Plusieurs papiers sont utilisés : Raflabrite RP51D/H665, Constellation Snow vegeta 3020PL/CB80 ; Raflamat, laid corolla IDP white, tintoretto ivoire, brut de vergé ivoire naturel.

Elles sont imprimées chez Filiber et Millesime.

Dubois souhaite passer toutes ses étiquettes à colle soluble et n'est pas hostile pour un changement de papier pour que cela soit possible. Un rendez-vous doit donc être pris avec leurs imprimeurs.

**Stockage** : actuellement, les bouteilles à laver sont stockées en extérieur. Il y a possibilité si besoin de les stocker dans un entrepôt de matériel.

**Nouveau frein identifié** : les cols de bouteilles à enlever avant lavage. Il faudrait voir si le restaurateur peut le faire. Sinon, Dubois se demandait s'il ne pourrait pas les collecter et les vendre à un marchand de métaux. (En fait Cheveau les enlève, cela a été dit à Béatrice Dubois).

**Freins psychologiques** : malgré des démarches déjà en place, la consigne semble à Béatrice Dubois un retour en arrière. Il faudra donc être vigilent dans la suite du travail de lui montrer le coté innovant de la démarche et qu'elle se sente pionnière.

**Accord pour une expérimentation :**

Béatrice Dubois est d'accord pour essayer de convaincre ses clients restaurateurs pour mettre en place une expérimentation. Elle souhaite en parler dans un premier temps à :

- Hôtel Ibis Nuits Saint-Georges ( 24 à 48 bouteilles et 12 demi-bouteilles) par mois.
- Piste d'un autre restaurant qui ouvrira à l'été.

**Suivi** :

- S'assurer que les imprimantes à colle soluble passent dans les deux imprimantes de chez Dubois.

- Suivre si un papier ou des papiers à colle soluble correspondent à leur attente et suivre le coté financier du passage d'étiquettes classiques à celles en colle soluble. Cela se fera petit à petit au fil des commandes.

Après rappel téléphonique, Béatrice Dubois nous a dit ne pas vouloir  pour que le nom de son domaine soit cité dans les actions de communication tant que l'expérimentation ne serait pas lancée et fonctionnerait.

## Annexe 14 : Domaine Denis et Vincent Berthaut – Fixin – 22 avril 2014

**Coordonnées** :

Domaine Denis et Vincent Berthaut
18 rue Noisot 21220 Fixin
06 83 11 98 01 – denis.berthaut@wanadoo.fr
Contact : Denis Berthaut

Ce viticulteur ne lave pour l'instant aucune de ses bouteilles, même celles de dégustation. Il n'avait jamais envisagé cette possibilité.

Au départ de notre entretien, un des freins était le fait que ses vins sont des vins de garde (entre 2 et 5 ans). Il se disait donc que les clients auraient peut-être du mal à penser à rapporter leurs bouteilles au bout de tant d'années. Au fil de la conversation et l'arrivée de sa fille, est née l'idée de récupérer les bouteilles vendues pour des événements familiaux (anniversaires, mariages…), des assemblées générales… où le vin est bu rapidement et les bouteilles pouvant être regroupées et rapportées facilement. Les clients pourraient être motivés par une bouteille donnée en échange.

**Imprimeur** : Millésime à Nuits Saint-Georges

**Communication spécifique** : lettre d'actualités en octobre (promotion des nouveaux millésimes) et en mars pour les clients français uniquement.

**Stocks d'étiquette** : pour un an

**Restaurateurs proches** : Chez Jeannette, Clos Napoléon, Chez Simon (Flagey)

**Nombre de bouteilles de dégustation** : 300 à 400 par an

Après rappel téléphonique, Denis Berthaut nous a donné son accord pour que le nom de son domaine soit cité dans les actions de communication.

## Annexe 15 : Domaine Manuel Olivier – Corboin – 7 mai 2014

**Coordonnées** :

Domaine Olivier Manuel
7, rue des Grandes Vignes - Hameau de Corboin 21700 Concoeur et Corboin
03 80 62 39 33 – contact@domaine-olivier.com
Contact : Manuel Olivier

Ce domaine produit 120.000 bouteilles de vin, auquel s'ajoute la production de petits fruits. La moitié est exportée, 25% est vendue à des particuliers, 25% à des restaurateurs et cavistes.

**Modèles de bouteilles** : évolution antique, traditionnel feuille morte bague cétie, antiqua bague carrée…

**Imprimeur** : Millésime

**Stock d'étiquettes en cours** : 2 ans

**Bouteilles de dégustation** : 3.000 par an

**Restaurateurs** : le gripison, l'alambic à Nuits Saint-Georges

**Freins énoncés** :

- un écart de prix trop faible entre le prix du lavage et les bouteilles dites recyclées en fait d'occasion.

- la casse des bouteilles : 1 à 2%

- la nécessité de récupérer ses bouteilles ou de s'assurer de la longueur de col (55 ou 66), car si l'on met un bouchon de 66mm dans un col de 55mm, on peut se retrouver en situation de fraude, la bouteille ne contenant pas exactement 75cl.

Après rappel téléphonique, Manuel Olivier nous a donné son accord pour que le nom de son domaine soit cité dans les actions de communication.

## Annexe 16 – Domaine Ghislain Kohut – Couchey – (25 juin 2014)

**Coordonnées** :

Domaine Ghislain Kohut
11 rue Raymond Poincaré 21160 Couchey
03 80 52 99 92 – contact@domaine-kohut.com
Contact : Ghislain Kohut

**Production** : 25.000 bouteilles par an : 3.000 à l'exportation, 1.000 sur pile, 7.000 en salon, 7.000 à des particuliers extérieurs, 7.000 à des particuliers ou restaurateurs locaux.

**Etiquettes** : pour l'instant simple, mais envisage une contre-étiquette pour valoriser son vin et apposer tous les logos qui commencent à être nombreux.

**Restaurateurs** : Docteur Wine à Dijon

**Communication** : Portes ouvertes en mai

**Consigne** : sous forme de carte de fidelité

**Choix des vins** : Ghislain Kohut vend principalement des vins de garde. Sa crainte était donc la même que celui de Denis Berthaut.

Néanmoins, il envisage la consigne pour des vins à boire de suite : bourgogne, fixin et marsannay rosé.

**Etiquettes** : 1 par cru (5.000 pour les bourgognes, 2 à 5.000 pour les rosés)

**Imprimeur** : Millésime

**Bouteilles** : Verre blanc, et Evolution feuille morte bague cétie.

Lors de l'entretien, Ghislain Kohut nous a donné son accord pour que le nom de son domaine soit cité dans les actions de communication.

## Annexe 17 - Compte-rendu du rendez-vous avec « Du vin au vert »

**Coordonnées** :

Du vin au vert
6, boulevard de la Trémouille 21000 Dijon
03 80 72 52 27 – 06 52 13 84 93 – contact@duvinauvert.fr
Contact : Audrey Kocévar

Liste des viticulteurs avec lesquels elle travaille :

| | |
|---|---|
| **Domaine Amiot Servelle**<br>34, rue Caroline Aigle<br>21220 Chambolle-Musigny<br>*Tel +33 3 80 62 80 39*<br>domaine@amiot-servelle.com | **Domaine Didier Montchovet**<br>23 rue de la gare<br>21190 Nantoux-Meursault<br>03 80 26 03 13<br>domaine@montchovet.fr |
| **Domaine Bizot**<br>9, Rue de la Grand'Velle<br>21700 VOSNE-ROMANEE<br>03 80 61 24 66 - 06 79 08 14 28<br>les.violettes@wanadoo.fr | **Domaine LEFLAIVE**<br>Place Pasquier de la Fontaine<br>21190 Puligny-Montrachet<br>03 80 21 30 13 |
| **Domaine Bruno Clavelier**<br>RN 74<br>21700 Vosne-Romanée<br>03 80 61 10 81<br>domaine-clavelier@orange.fr | **Domaine Henri et Gilles BUISSON**<br>Impasse du clou<br>21190 SAINT-ROMAIN<br>Tel : 03 80 21 27 91<br>contact@domaine-buisson.com |
| **Domaine Jean-Louis Trapet**<br>53 Route de Beaune<br>21220 Gevrey-Chambertin<br>03 80 34 30 40<br>message@trapet.fr | |

## Annexe 18 : Compte-rendu des rendez-vous avec les restaurateurs

**Le Bistrot Bourguignon**
8 rue Monge
21200 Beaune 03 80 22 23 24 – 06 09 92 72 13
Contact : Mr Hegger

Ce restaurant en plein centre de Beaune a plus de 150 références de vins bourguignons. Il propose une sélection de vins au verre qui change toutes les semaines. Il ne lui semble pas envisageable donc de récupérer les bouteilles pour les redonner aux viticulteurs en direct.

Par contre, il a entre 200 et 300 bouteilles chaque semaine qu'il emmène à la benne à verre. Il serait prêt, si un service de ramassage se mettait en place à rémunérer ce service.

Il a fait partie de la clientèle de Serge Cheveau lorsqu'il allait chercher les bouteilles chez les restaurateurs.

**Les Chevaliers**
3, Petite Place Carnot 21200 Beaune
03 80 22 32 26
Les-chevaliers0817@orange.fr
Contact : Monsieur Barré

Ce restaurant est également au centre de Beaune. Il ne sert que des vins de la région Beaunoise. Les principaux viticulteurs avec lesquels ils travaillent sont :

**Domaine denis Carré**
1, rue du Puits-Bouret
21190 Meloisey

**Gilles Jourdan**
114, Grande-Rue, Corgoloin
21700, France
03 80 62 73 31

**Domaine Germain père & fils**
Rue de la Pierre Ronde
21190 Saint-Romain
contact@domaine-germain.com
03.80.21.60.15

**Domaine Jacob**
Buisson Cidex 20 bis
21550 Ladoix Serrigny
03 80 26 40 42
domainejacob@orange.fr

Nous avons appelé ensuite ces quatre viticulteurs. Seul le domaine Jacob nous a donné une réponse négative ne souhaitant pas travaillé avec l'entreprise Cheveau. Les autres sont restés injoignables

**Bernard Loiseau : Loiseau des Vignes à Beaune et Loiseau des Ducs à Dijon**

21200 Saulieu
03 80 90 53 53 – 06 22 50 90 78
Eric.goettelmann@bernard-loiseau.com
Contact : Eric Goettelmann, chef sommelier exécutif
Plusieurs points ont été abordés lors de ce rendez-vous :

- La volonté du Groupe Loiseau d'être dans une démarche de développement durable.
- Le restaurant de Beaune ne sert que du vin de la région et beaucoup au verre, ce qui engendre beaucoup de bouteilles à jeter.
- Le restaurant de Dijon rencontre des difficultés à gérer son verre vide, car la benne la plus proche est Place Wilson. Ils font néanmoins l'effort d'y aller.
- L'idée d'un ramassage hebdomadaire des bouteilles leur semble une bonne chose, voire même un système de container où l'on pourrait déposer les bouteilles consignées.

Si une première expérimentation était faite, il pourrait se porter volontaire.

**Les 13 lucioles**
13 place Emile Zola 21000 Dijon
03 80 50 06 66
Contact : Stéphanie

Ce restaurant travaille avec le caviste « Au vieux Millesime » rue Monge. Elle serait prête à lui rapporter ses bouteilles.

**Docteur Wine**
5, rue Musette 21000 Dijon
03 80 53 35 16

A la fois caviste, bar à vins et restaurant, ce restaurant travaille notamment avec Ghislain Kohut. Il nous a fait part de son intérêt pour le projet, mais de son impossibilité de stocker les bouteilles. Il a également du mal à apporter son verre dans les containers de tri. Il serait donc intéressé par un service de ramassage hebdomadaire.

**Annexe 19 : Présentation de UPM Raflatac de leurs étiquettes à colle soluble**

| Product Name | Sales Code | TIS-Adhesive | EAN Code | Sales width | Service | Length | MOQ | Delivery site |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Velmart WH WSA RP30W WG85 | AE/R30W/02 | A | 9040811 | | | | | Tampere |
| Multiprint WH WSA FSC RP30W WG85 | BWI/R30W/02 | A | 8130667 | | | | | Tampere |
| Antique White WSA FSC RP30W WG85 | BWK/R30W/02 | A | 9040781 | | | | | Tampere |
| Cast Gloss WSA 80 FSC RP30 WG85 | BYK/R30W/02 | A | 9040774 | | | | | Tampere |
| Raflamatt WSA FSC RP30W WG85 | BYL/R30W/02 | A | 9040798 | | | | | Tampere |
| Fleur de Coton WH WSA FSC RP30W WG85 | CNG/R30W/02 | A | 8130650 | | | | | Tampere |

# Informations Techniques UPM Raflatac

16.04.2013 FRE 910

| | |
|---|---|
| ADHESIF | RP 30 W |
| Wash off | R30W (code de vente) |
| Type | Adhésif lavable pour l'étiquetage de bouteilles en verre. |
| Composition | Acrylique, base aqueuse. |
| Utilisation | Adhésif permanent, spécialement conçu pour l'étiquetage du vin, et qui donne une adhésion excellente sur les surfaces polaires. Il peut être décollé par lavage dans une eau chaude (70-80°C) alcaline (concentration en NaOH comprise entre 1,5 et 2,5 poids-%). L'adhésif offre également une bonne performance en termes de résistance à l'eau et en seau à glace. |

| Valeurs techniques moyennes | | | |
|---|---|---|---|
| Adhérence instant. (Tack) min | 12 | N/25mm | FTM 9 |
| Résistance au cisaillement min | 4 | h | FTM 8 |
| Température d'application min | 5 | °C | |
| Température d'utilisation min | -20 | °C | |
| Température d'utilisation max | 80 | °C | |

| | |
|---|---|
| Restrictions | Les propriétés d'absorption du papier frontal influencent fortement le temps de lavage. L'impression d'à-plat, le vernis et la dorure peuvent affecter la performance du lavage. Les propriétés de lavage risquent d'être réduites si les produits sont stockés dans des conditions humides, à des températures élevées, ou exposés aux UV (tel qu'en conditions extérieures) pour des durées importantes. Un test préalable de la performance de lavage est recommandé à la fois pour les étiquettes non imprimées et imprimées. Des frontaux Métalliques ne peuvent pas être combinés à l'adhésif RP 30 W. |
| Information supplémentaire | Pour assurer une adhésion optimale, les bouteilles devraient être sèches et propres lors de l'application des étiquettes. La rigidité de l'étiquette influence les performances de tenue des bords de l'étiquette. |
| Limite de conservation | 2 ans à partir de la date de fabrication, à + 20 °C et RH 50%. |
| Garantie | Nos recommandations sont basées sur notre expérience et savoir-faire actuels. L'utilisation de nos produits étant hors de nos possibilités de contrôle, nous ne pouvons être tenus responsables des dommages qui pourraient survenir lors de leur utilisation. La présente publication remplace toutes les précédentes. Les informations contenues dans ce document peuvent être modifiées sans préavis de notre part. |






# T-105

## Une machine Stand Alone à un prix Compact sur 0,48m²

- Accepte toutes les bouteilles consignées
- Reconnaissance des bouteilles par leurs profil et par lecteur code à barres semi-automatique.
- Installation indépendante sans backroom
- Très facile à nettoyer
- Rapport prix, qualité et fonctionnalité unique
- Conçu pour les magasins de proximité avec des volumes de reprise limités

**Capacité de stockage accrue avec nouvelles technologie brevetée.**




(1) Les bouteilles sont accumulées dans un conteneur softdrop sans aucun risque de casse. En standard livré avec 2 conteneurs. Conteneurs supplémentaires disponibles en option.

(2) La partie supérieure est prévue pour le stockage des cannettes et du PET.




| Type de bouteille | (1) Capacité de stockage Conteneur Softdrop | (2) Capacité de stockage Partie Supérieure |
|---|---|---|
| **Bouteilles en verre 33 cl** | **250** | |
| **Bouteilles en verre 50 cl** | **200** | |
| **Bouteille en verre 1,5 L** | **75** | |
| Canettes 33 cl | | 250 |
| PET en 50 cl | | 175 |
| PET en 1,5 L | | 61 |

# T-105
## Caractéristiques et chiffres




**TAILLE COMPACTE**
Occupe 0,48 m2 de surface au sol et peut être installée n'importe où vous le souhaitez dans le magasin.

**DIMENSIONS MACHINE**
Hauteur: 183 cm
Largeur: 80 cm
Profondeur: 60 cm
Poids: 140 Kgs

**DIMENSIONS CONTENEUR SOFTDROP**
Hauteur: 84,5 cm
Largeur: 72 cm
Profondeur: 45 cm
Poids: 50 Kgs

**PERFORMANCE MACHINE**
- Vitesse d'enregistrement: 20 bouteilles par minute
- Taille bouteilles: Diamètre 50-115mm, hauteur: 80-380mm
- Accepte les bouteilles recyclables et/ ou non-recyclables: bouteilles en verre, en PET et les canettes

**EQUIPEMENT STANDARD**
- Reconnaissance du profil
- Lecture semi-automatique du code barre
- Interface LAN
- Préparé pour des services à valeur ajoutée Tomra

**EQUIPEMENT OPTIONNEL**
- Bac de collecte
- Adaptateur ISDN
- Adaptateur GPRS
- Lecteur de «mark» de sécurité
- Monnayeur
- Ticket électronique
- Crochet pour sac
- Système de paiement électronique

**IMPRIMANTE**
- Graphique haute résolution
- Approx. 4700 tickets par rouleau
- Papier thermique Tomra (pas de rubban encreur)

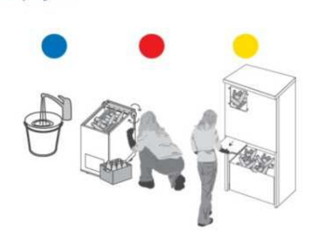
**ENVIRONNEMENT**
- Température: +10°C - 40°C (50F - 104°F)
- Humidité: Max. 90% d'humidité non-condensé

**ELECTRICITE**
- Consommation
- 40W en veille, max. 500W

**Généralité**
- 110 - 260V AC, 50/60Hz, minimum 10A
- Monophasé avec Terre

**AGREMENTS**
- EMC Directive: EN55022 Class B (CISPR 22 B, FCC part 15, subpart B, clas A EN50081-1, EN 50082-1
- Test class: commercial and light industry
- LVD Directive: EN 60335-1

**MAINTENANCE FACILE**
Trois boutons interface utilisateurs. Déplacement facile des modules pour le nettoyage.



Bleu = Nettoyage
Rouge = Vider la partie inférieure de stockage
Jaune = Vider la partie supérieure de stockage





**Helping the world recycle**

Avec plus de 35 ans d'expérience et 60000 installations en fonction à travers le monde entier, TOMRA est un leader mondial dans le recyclage et la réutilisation ses ressources naturelles. Chaque année les solutions automatisées TOMRA aident efficacement à récupérer des dizaines de milliards de déchets et à réduire de façon significative les émissions de $CO_2$.

Nous sommes fiers de ce que cela apporte à la société et nous nous tournons vers l'avenir pour continuer notre action à sauvegarder la planète.

**Tomra Systems N.V./S.A.**
Delften 23 bus 13
2390 Malle
Tel.: +32 3 309 21 45
Fax: +32 3 309 14 76
E-mail: info@tomra.be
**www.tomra.be**




UNO/BEL-fr/DS/Rev 01S 0609

## Annexe 21 : Décret fixant le prix de la consigne des bouteilles

## Annexe 9 : Arrêté du 1er août 2001 fixant les taux de consignation des emballages dans le secteur des boissons.



Décrète :

**Art. 1er.** – Après l'article 1er du décret du 12 juin 2001 susvisé, il est inséré les articles 1er-1, 1er-2 et 1er-3 ainsi rédigés :

« *Art. 1er-1.* – En cas d'absence ou d'empêchement de M. Jean-Pierre Jouyet, directeur du Trésor, de M. Sylvain Lemoyne de Forges, chef de service, directeur général de l'agence de la dette, et de M. Pierre Merviel, inspecteur des finances, Mme Françoise Blondeel, agente contractuelle, et M. Alain Mercy, secrétaire administratif, ont délégation à l'effet de signer, au nom du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et dans la limite de leurs attributions, toutes décisions, tous engagements, documents comptables et pièces justificatives de dépenses et tous ordres de paiement concernant les chapitres du budget du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et les comptes spéciaux gérés par la direction du Trésor, ainsi que toutes liquidations de recettes et tous états exécutoires concernant les ressources suivies par cette direction.

« *Art. 1er-2.* – En cas d'absence ou d'empêchement de M. Jean-Pierre Jouyet, directeur du Trésor, et de Mme Stéphane Pallez, chef de service, délégation est donnée à M. Ambroise Fayolle, administrateur civil, directement placé sous l'autorité de M. Jouyet et de Mme Pallez, à l'effet de signer, au nom du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et dans la limite de ses attributions, tous actes, arrêtés, décisions ou conventions. »

« *Art. 1er-3.* – En cas d'absence ou d'empêchement de M. Jean-Pierre Jouyet, directeur du Trésor, de Mme Stéphane Pallez, chef de service, et de M. Ambroise Fayolle, administrateur civil, Mlle Delphine de Sahuguet d'Amarzit, inspectrice des finances, M. Jérôme Walter, ingénieur des ponts et chaussées, M. Jean-Yves Leclercq, administrateur de l'Institut national de la statistique et des études économiques, et M. Jacques Le Pape, commissaire contrôleur des assurances, ont délégation à l'effet de signer, au nom du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et dans la limite de leurs attributions, toutes décisions, tous engagements, documents comptables et pièces justificatives de dépenses et tous ordres de paiement concernant les chapitres du budget du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et les comptes spéciaux gérés par la direction du Trésor, ainsi que toutes liquidations de recettes et tous états exécutoires concernant les ressources suivies par cette direction. »

**Art. 2.** – Les articles 2 et 3 du même décret sont abrogés.

**Art. 3.** – Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 24 août 2001.

LIONEL JOSPIN

Par le Premier ministre :

*Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,*
LAURENT FABIUS

### Arrêté du 1er août 2001 fixant les taux de consignation des emballages dans le secteur des boissons

NOR : *ECOC0100094A*

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,
Vu l'article 7 de la loi n° 89-421 du 22 juin 1989 relative à l'information et à la protection du consommateur ainsi qu'à diverses pratiques commerciales ;
Vu le décret n° 90-264 du 23 mars 1990 relatif à la consignation des emballages dans le secteur des liquides ;
Vu l'avis de la commission de la consignation,

Arrête :

**Art. 1er.** – A compter du 1er janvier 2002, les taux de consignation des emballages et suremballages banalisés sont fixés comme suit :

| | |
|---|---|
| Litre six étoiles | 0,15 € |
| Bouteilles de moins de 35 cl non inclus | 0,10 € |
| Quarts à vin | 0,10 € |
| 37,5 cl (bières) | 0,20 € |
| Bouteilles de 35 à 70 cl non inclus | 0,15 € |
| Bouteilles de 70 à 100 cl inclus | 0,20 € |
| Bouteilles spéciales | 0,35 € |
| Bouteilles spéciales, bouchons mécaniques | 0,55 € |
| Bouteilles uniterroir | 0,25 € |
| Fûts de 20 à 50 litres | 30,00 € |
| Palette | 13,50 € |
| Palette spéciale fûts | 20,00 € |
| Demi-palette | 7,50 € |
| Box | 100,00 € |
| Demi-box | 75,00 € |
| Intercalaires | 7,50 € |
| Casiers 12 trous | 1,80 € |
| Casiers 24 trous | 3,10 € |
| Casiers spéciaux | 4,60 € |

**Art. 2.** – Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 1er août 2001.

Pour le ministre et par délégation :
*Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes,*
J. GALLOT

### Arrêté du 14 août 2001 relatif à l'augmentation du titre alcoométrique naturel, par concentration, concentration partielle ou addition de moût concentré ou de moût concentré rectifié, des raisins frais, des moûts et des vins pour la récolte 2001

NOR : *ECOC0100093A*

Le ministre de l'agriculture et de la pêche, la secrétaire d'Etat au budget et le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation,
Vu le règlement (CE) n° 1493/1999 du Conseil du 17 mai 1999 portant organisation commune du marché vitivinicole ;
Vu le règlement (CE) n° 1622/2000 de la commission du 24 juillet 2000 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 1493/1999 ;
Vu le code général des impôts,

Arrêtent :

**Art. 1er.** – Est autorisée pour la récolte 2001 l'augmentation, par concentration, concentration partielle, y compris l'osmose inverse ou addition de moût de raisins concentré ou de moût de raisins concentré rectifié, du titre alcoométrique volumique naturel des produits visés au point D de l'annexe V du règlement (CE) du Conseil du 17 mai 1999 susvisé, destinés à l'élaboration des vins de table, des vins de pays et des vins mousseux. Cet enrichissement peut atteindre les limites énoncées à ladite annexe.

Sur proposition du comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine, cette autorisation pourra être étendue aux produits visés à l'alinéa précédent, destinés à l'élaboration des vins à appellation d'origine Vins délimités de qualité supérieure et des vins à appellation d'origine contrôlée.

En cas de fractionnement de ces opérations, celles-ci sont limitées à deux pour un même produit.

**Art. 2.** – Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, le directeur général des douanes et droits indirects au ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et le directeur des politiques économique et internationale au ministère de l'agriculture et de la pêche sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 14 août 2001.

*Le ministre de l'agriculture et de la pêche,*
Pour le ministre et par délégation :
Par empêchement du directeur des politiques économique et internationale :
*L'ingénieure en chef d'agronomie,*
M.-F. CAZALÈRE

*La secrétaire d'Etat au budget,*
Pour la secrétaire d'Etat et par délégation :
Par empêchement du directeur général des douanes et droits indirects :
*Le sous-directeur,*
F. MOUTOT

## Annexe 22 – Données chiffrées du BIVB



# Chiffres-clés de la Bourgogne Viticole

## Surfaces en production (source : Surfaces 2011)

28 320 hectares de vignes en production (3 % du vignoble français)

- **Par vignoble**

Chablis / Auxerrois / Tonnerrois / Vézelien / Jovinien / le Châtillonnais : 5 982 ha
Côte de Nuits / Hautes Côtes de Nuits : ~2614 hectares
Côte de Beaune / Hautes Côtes de Beaune : ~4 752 hectares
Côte Chalonnaise / Couchois : ~2 124 hectares
Mâconnais : ~5 813 hectares
Surfaces dédiée aux appellations régionales : 7 033 ha

- **Par couleur :**

Vins blancs : 15 857 hectares
Vins rouges : 10 452 hectares
Crémant : 2 009 hectares

- **Par catégorie d'appellation :**

Appellations Régionales : 13 435 hectares (6 440 ha en blanc – 4 985 ha en rouge – 2 009 ha en crémant)
Appellations Villages: 10 943 hectares (7 607 ha en blanc – 3 336 ha en rouge)
Appellations en Premiers Crus : 3 383 ha (1 612 en blanc - 1 771 en rouge)
Appellations grands crus : 557 hectares (198 ha en blanc – 359 ha en rouge)

## Production (source : Récolte 2011)

- 1 505 707 millions d'hectolitres, soit 200 millions de bouteilles
  - vins blancs : 61 % - 916 594 hl (122 millions de bouteilles)
  - vins rouges (ou rosé) : 31 % - 463 736 hl (62 millions de bouteilles)
  - Crémant : 8 % - 125 377 hl (16 millions de bouteilles)
- Dont
  - 1,5 % de Grands Crus
  - 47,5 % d'appellations communales et premiers crus
  - 51 % d'appellations régionales

- **Par vignoble** :

Chablis / Auxerrois / Tonnerrois / Vézelien / Jovinien / le Chatillonnais : 329 586 hl (44 millions de bouteilles)
Côte de Nuits et Hautes côtes de Nuits : 104 795 hl (14 millions de bouteilles)
Côte de Beaune et hautes côtes de Beaune : 209 243 hl (27 millions de bouteilles)
Côte chalonnaise et Couchois : 100 880 hl (13 millions de bouteilles)
Mâconnais : 354 267 hl (47 millions de bouteilles)
Appellations régionales : 406 936 hl (54 millions de bouteilles)

- **Par couleur :**

Vins blancs : 61 % - 916 594 hl
(122 millions de bouteilles)
Vins rouges : 31 % - 463 736 hl
(62 millions de bouteilles)
Crémant : 8 % - 125 377 hl
(16 millions de bouteilles)

- **Par catégorie d'appellation :**

Régionales : 769 916 hl – 51 % (102 millions de bouteilles)
Villages : 561 434 hl (74 millions de bouteilles)
1er Crus : 153 225 hl (20 millions de bouteilles)
] 47,5 % d'Appellations Villages et 1ers Crus
Grands Crus : 21 132 hl – 1,5 % (3 millions de bouteilles)

Centre de Documentation - BIVB (www.vins-bourgogne.fr) / chiffres mis à jour le 01.12.2012




## **Les Entreprises** (source : BIVB – 2012)

- 3800 domaines viticoles, dont 1 300 metteurs en bouteilles et commercialisent plus de 10 000 cols
- 250 maisons de négoce
- 23 caves coopératives (y compris les caves du Beaujolais faisant du Bourgogne)
- 2% des surfaces agricoles exploitées en Bourgogne
- 3% du PIB de la Bourgogne
- 45 000 emplois générés (directs et indirects) soit 7%de l'emploi total en Bourgogne

## **Le Marché** (source : BIVB / Douanes / OIV / IRI / CHD / Equonoxe – octobre 2012)

- 3% de la production française
- 6,5% de la production d'A.O.C
- 0,4% de la production mondiale
- 1,46 milliard d'euros de chiffre d'affaire dont 47 % à l'export
- 200 millions de bouteilles vendues dont 47 % à l'export (dans environ 160 pays)
- Part selon les circuits de distributions en volume
  - 47 % Export
  - 23 % Grande distribution + hard discount + proxi
  - 14,5% vente en région
  - 12% RDH et autres
  - 3,5% magasins spécialisés
- Mise en marché :
  - 58% par le négoce
  - 26% par la propriété
  - 16% par les caves coopératives

## Les Appellations

- 100 Appellations d'Origine Contrôlées et 635 climats classés en premier cru
  - Dont 33 Grands Crus (1,5% de la production totale)
  - 44 AOC Communales (37,5 % de la production totale) et 645 climats classés en 1ers crus (10 % de la production totale)
  - 23 AOC Régionales (51 % de la production totale)

## **Les Cépages** (Source CVI – Douanes 2012)

- Le chardonnay (49% de l'encépagement) qui donne naissance à tous les vins blancs (sauf Bourgogne Aligoté, Bouzeron et Saint-Bris)

- Le Pinot Noir (35% de l'encépagement) qui produit tous les vins rouges (sauf Bourgogne Passe-tout-grain et Mâcon

- Autres cépages : Aligoté (blanc-6%), Gamay (rouge-8%), Sauvignon (1%), autres cépages (1%)

## Le vignoble de Chablis

- **Superficie** : 5 139 ha
- **Production** : vin blanc exclusivement
- **Appellations**

**Petit Chablis**
**Chablis**
**Chablis 1er Cru** avec 40 climats dont 17 principaux : Mont de Milieu, Montée de Tonnerre, Fourchaume, Vaillons, Montmains, Côte de Léchet, Beauroy, Vau Ligneau, Vau de Vey, Vaucoupin, Vosgros, Les Fourneaux, Côte de Vaubarousse, Berdiot, Chaume de Talvat, Côte de Jouan, Les Beauregards.
**Chablis Grand Cru** avec 7 climats : Blanchot, Bougros, Les Clos, Grenouilles, Preuses, Valmur, Vaudésir.

## Le vignoble du Grand Auxerrois

- **Vignobles distincts** : Auxerrois, Jovinien, Tonnerois, Vézélien
- **Superficie** : 843 hectares
- **Appellations** :

**Appellations régionales** : toutes les appellations régionales génériques

**7 appellations régionales identifiées :** Bourgogne Côtes d'Auxerre, Bourgogne Vézelay, Bourgogne Epineuil, Bourgogne Côte Saint-Jacques, Bourgogne Chitry, Bourgogne Coulanges-La-Vineuse, Bourgogne Tonnerre.
**2 appellations Villages :** Irancy et Saint-Bris (sauvignon)

## Le vignoble de la Côte de Nuits et des Hautes-Côtes de Nuits

- **Superficie** : 2 614 ha
- **Appellations:**

**Appellations régionales** : toute la gamme des génériques
**10 AOC Communales et 135 premiers crus** : Marsannay, Marsannay Rosé, Fixin, Gevrey-Chambertin, Morey-Saint-Denis, Chambolle-Musigny, Vougeot, Vosne-Romanée, Nuits-Saint-Georges, Côte de Nuits Villages
**23 Grands crus rouges et 1 Grand cru blanc** : Bonnes-Mares ; Chambertin ; Chambertin-Clos de Bèze ; Chapelle-Chambertin ; Charmes-Chambertin ; Clos de La Roche ; Clos de Tart ; Clos de Vougeot ; Clos des Lambrays ; Clos Saint-Denis ; Echezeaux ; La Grande Rue ; Grands Echezeaux ; Griotte-Chambertin ; Latricières-Chambertin ; Mazis-Chambertin ; Mazoyères-Chambertin ; Musigny ; Richebourg ; La Romanée ; Romanée-Conti ; Romanée-Saint-Vivant ; Ruchottes Chambertin ; La Tâche

- **Le vignoble des Hautes Côtes de Nuits**

Superficie : 698 ha
**1 appellation régionale identifiée** : Bourgogne Hautes-Côtes de Nuits

## Le vignoble de la Côte de Beaune et des Hautes-Côtes de Beaune

- **Superficie** : 4 752 ha
- **Appellations** :

**Appellations régionales :** toute la gamme des génériques
**20 AOC Communales et 325 climats classés en premier cru** : Ladoix, Aloxe-Corton, Pernand-Vergelesses, Chorey-les-Beaune, Savigny-les-Beaune, Beaune, Pommard, Volnay, Monthélie, Meursault, Blagny, Auxey-Duresses, Saint-Romain, Puligny-Montrachet, Chassagne-Montrachet, Saint-Aubin, Santenay, Maranges, Côte de Beaune-villages, Côte de Beaune.
**7 Grands Crus blancs et 1 Grand Cru rouge :** Bâtard-Montrachet ; Bienvenues-Bâtard-Montrachet ; Charlemagne ; Chevalier-Montrachet ; Corton ; Corton-Charlemagne ; Criots-Bâtard-Montrachet ; Montrachet

- **Le vignoble des Hautes Côtes de Beaune**

Superficie : 802 ha
Production : vin rouge et vin blanc
Appellations : Bourgogne Hautes-Côtes de Beaune

## Le vignoble de la Côte Chalonnaise

- **Superficie** : 2 124 ha
- **Appellations** :

**Appellations régionales** : toute la gamme des génériques
**2 spécifiques** : Bourgogne Côte Chalonnaise, Bourgogne Côte du Couchois
**5 A.O.C. Villages et 140 climats classés en premier cru** : Rully, Mercurey, Givry, Montagny, Bouzeron

## Le vignoble du Mâconnais

- **Superficie** : 5 813 ha
- **Appellations :**

**Appellations régionales :** toute la gamme des génériques
**3 appellations spécifiques** : Mâcon, Mâcon suivi du nom de la commune, Mâcon-Villages
**5 AOC Communales** : Pouilly-Fuissé, Pouilly-Vinzelles, Pouilly-Loché, Saint-Véran, Viré-Clessé.

## Annexe 23 – Document donné aux viticulteurs pendant l'étude

### Communication




Un logo national est en train de se mettre en place. Si vous souhaitez l'utiliser (gratuitement), contactez :
Mikaël Schneider
Ecoscience Provence
Tél. fax : 04 94 69 44 93 -
mikael.schneider@ecoscienceprovence.com

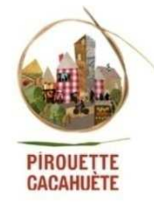
Ce logo est déclinable en noir et blanc ou en monochrome. Il permet à votre clientèle de repérer les bouteilles consignées.

### Envie d'expérimenter ?

Nous vous proposons de venir dans votre exploitation pour un **diagnostic et un soutien sur la mise en place** des éléments conditionnant la consigne (transports, bouteilles utilisées, étiquettes, stockage, mobilisation de la clientèle, procédure comptable...)

**Contact :**
**Cécile Artale, directrice de Pirouette Cacahuète**
**03 80 45 92 23 - c.artale@pirouette-cacahuete.net**







# La consigne en Côte d'Or, cap ou pas cap ?

Une **étude sur le retour de la consigne des bouteilles** a été **commandée par le Conseil Général de Côte d'Or** à l'association Pirouette Cacahuète et Ecoscience Provence. Ses objectifs étaient de **vérifier la faisabilité technique et économique** du retour de la consigne des bouteilles et de **mobiliser une premier groupe de viticulteurs «expérimentateurs»**.

Coté technique et économique, **le retour de la consigne des bouteilles est possible pour ce qui concerne la vente par les viticulteurs à des particuliers, restaurateurs, cavistes locaux**.

**Dans ce document**, vous trouverez les **informations techniques** permettant aux viticulteurs de mettre en place la consigne pour leur clientèle locale (particuliers, restaurateurs...).



## Facturation et écritures comptables

**Le montant de la consigne est fixé par décret :**
Bouteilles de 35 à 70 cl non inclus ..................................................... 0,15 €
Bouteilles de 70 à 100 cl inclus ........................................................ 0,20 €

Lors de la facturation, la consigne n'est pas assujettie à la TVA sauf en cas de non retour. Il est donc plus prudent de mettre de la TVA et de la rendre lors du retour des bouteilles.

| FACTURE TYPE | | |
|---|---|---|
| 100 bouteilles | x 10€ | 1.000,00 |
| Consigne | 100 bouteilles x 0,20€ | 20,00 |
| Total HT | | 1.020,00 |
| TVA (20%) | | 204,00 |
| Total TTC | | 1.224,00 |

**Ecritures comptables**

Lors de la facturation :

| Compte | Intitulé | Débit | Crédit |
|---|---|---|---|
| 411 | Clients | 1224 | |
| 707 | Ventes de marchandises | | 1000 |
| 4196 | Clients - dettes sur emballages consignés | | 20 |
| 44571 | TVA Collectée (20%) | | 204 |

Lors du rendu des bouteilles :
Exemple : seules 40 bouteilles sont rendues

| Compte | Intitulé | Débit | Crédit |
|---|---|---|---|
| 4196 | Clients-dettes sur emballages consignés (0.2€ x 100 bouteilles) | 20 | |
| 411 | Clients (60 bouteilles x 0.2€ +TVA) | | 14,40 |
| 44571 | TVA Collectée (60 bouteilles x0.2€x20%) | 2.4 | |
| 70886 | Autres produits activités annexes-emballages non rendus | | 8 |

## Lavage des bouteilles

**Entreprise Serge Cheveau**
21550 Ladoix Serrigny
03 80 26 44 14
mail : production@cheveau.com
Stéphane cheveau, responsable de production

**Coût du lavage** : 0,16€ par bouteille
**Lavage par palette** pouvant être **enlevée chez vous par l'entreprise Serge Cheveau** ou apportée par vos soins à Ladoix (à voir en fonction des quantités et des tournées de livraison).
**Possibilité de trier après lavage jusqu'à 4 modèles de bouteilles.**

## Etiquettes adhésives à colle soluble

**Fabricant d'étiquettes**

**UPM raflatac**
1, rue du Jet – Z.I. Pompey Industries 54340 Pompey
www.upmraflatac.com

Correspondante : Marie-Claire Brikke 06 63 36 24 35 - marie-claire.brikke@upmraflatac.com

**Imprimeur utilisant déjà ces étiquettes en Côte d'Or :**

**RGB**
Chemin des Champs Lins, 21190 Meursault
contact@rgb-imprimerie.fr

Correspondante : Maud Perez 03 80 21 23 28

***Attention, pour que les étiquettes à colle soluble s'enlèvent facilement, il est nécessaire que les bouteilles ne soient pas stockés plus de 2 mois en extérieur.***

## Annexe 24 : Coordonnées nécessaires pour la suite de l’expérimentation

| Catégorie | Nom de l'organisme | Personne en contact | Titre | Adresse | CP | Ville | Mail | Téléphone |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | |
| Entreprise de lavage | Entreprise Serge Cheveau | Cheveau Stéphane | Responsable de production | | 21550 | Ladoix Serrigny | production@cheveau.com | 06 14 55 24 91 |
| Imprimeur | Imprimerie RGB | Perez Maud | Responsable clientèle | 18 chemin des Ronces | 21190 | Meursault | contact@rgb-imprimerie.fr | 03 80 21 23 28 |
| Imprimeur | Millésime | François Olivier | Gérant | Rue Charles André Rémi Arnoult | 21700 | Nuits Saint-Georges | | 06 30 84 78 41 |
| Imprimeur | Filiber | | | 22 Avenue de Chamboland | 21700 | Nuits Saint-Georges | | 03 80 62 60 00 |
| Fournisseur d'étiquette | UPM Raflatac | Marie-Claire Brikke | | 1, rue du Jet Z.I. Pompey Industries | 54340 | Pompey | marie-claire.brikke@upmraflatac.com | 06 63 36 24 35 |
| Caviste expérimentateur | Du vin au vert | Kocévar Audrey | gérante | 6 boulevard de la Trémouille | 21000 | Dijon | contact@duvinauvert.fr | 03 80 72 52 27<br>06 52 13 84 93 |
| Caviste expérimentateur | Au vieux Millésime | Ludovic | Manager des ventes | 82 rue Monge | 21000 | Dijon | | 03 80 41 28 79 |
| Caviste | Maison Denis Perret | 40 rue Carnot | | | 21200 | Beaune | | 03 80 22 35 47 |
| Restaurateur | L'Age de raisin | 67 rue Berbisey | | | 21000 | Dijon | | 03 80 23 24 82 |
| Restaurateur expérimentateur | 13 lucioles | Stéphanie | | 13 place Emile Zola | 21000 | Dijon | | 03 80 50 06 66 |
| Restaurateur expérimentateur | Loiseau des Ducs | Eric Goettelmann | chef sommelier exécutif | 3 rue Vauban | 21000 | Dijon | eric.goettelmann@bernard-loiseau.com | 03 80 90 53 53<br>06 22 50 90 78 |
| Restaurateur expérimentateur | Loiseau des vignes | | | 31 rue Maufoux | 21200 | Beaune | | |
| Restaurateur | Docteur Wine | 5 rue Musette | | | 21000 | Dijon | | 03 80 53 35 16 |
| Restaurateur expérimentateur | Le bistrot bourguignon | Mr Hegger | | 8 rue Monge | 21200 | Beaune | | 03 80 22 23 24<br>06 09 92 72 13 |
| Restaurateur expérimentateur | Les Chevaliers | Mr Barré | | 3, petite place Carnot | 21200 | Beaune | les-chevaliers0817@orange.fr | 03 80 22 32 26 |

| Catégorie | Nom de l'organisme | Personne en contact | Titre | Adresse | CP | Ville | Mail | Téléphone |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ass. Vélo collecteurs | Taco & co | | | Gare Routiere av Paulin Talabot | 13200 | Arles | | 04 82 75 73 45 |
| Ass. Vélo collecteurs | La Bécane à Jules | Jean-Christophe Barre | Directeur | 17 rue de l'Ile | 21000 | Dijon | contact@labecaneajules.fr | 03 80 49 18 06 |
| Fournisseur machine à consigne | Tomra | Jakoba Naessens | Sales Manager | Cabinet M2DS CONSEILS, rue Nationale | 59000 | Lille | jakoba.naessens@tomra.com | 06 389 244 65 |
| Fournisseur machine à consigne | Envipco | | | | | | | |
| Partenaires institutionnels | Adelphe - Ecoemballage | Bonnier Sophie | responsable pôle prévention déchets | 50, boulevard Hausmann | 75009 | Paris | sophie.bonnier@ecoemballages.fr | 01 81 69 07 04 |
| Partenaires institutionnels | CAVB | Séverin Barioz | directeur | 132 route de Dijon | 21200 | Beaune | s.barioz@cavb.fr | 03 80 25 00 20<br>06 63 05 36 67 |
| Partenaires institutionnels | BIVB | Claire Pernet | responsable développement durable | Centre technique Interprofessionnel 6 rue du 16ème Chasseurs | 21200 | Beaune | Claire.pernet@bivb.com | 03 80 26 35 15 |
| Partenaires institutionnels | Chambre d'agriculture | Vanessa Vermot Desroches | service production végétales | 42 rue de Mulhouse | 21000 | Dijon | | 03 80 68 66 00 |
| Partenaires institutionnels | Syndicats des Bourgogne | Guillaume Willette | | 132 route de Dijon | 21000 | Dijon | | |
| Viticulteur expérimentateur | Domaine François Trapet | Mme trapet | | 12 rue de Chambertin | 21220 | Gevrey Chambertin | domaine-trapet@bbox.fr | 03 80 51 86 91 |
| Viticulteur expérimentateur | Domaine Dubois | Béatrice Dubois | | Rue de Courtavaux | 21700 | Premeaux Prissey | contact@domaine-dubois.com | 03 80 62 30 61 |
| Viticulteur expérimentateur | Domaine Ghislain Kohut | Ghislain Kohut | | 11 rue Raymond Poincaré | 21160 | Couchey | contact@domaine-kohut.com | 03 80 52 99 92 |
| Viticulteur expérimentateur | Domaine Manuel Olivier | Olivier Manuel | | 7, rue des Grandes Vignes - Hameau de corboin | 21700 | Consoeur et Corboin | contact@domaine-olivier.com | 03 80 62 39 33 |

| Catégorie | Nom de l'organisme | Personne en contact | Titre | Adresse | CP | Ville | Mail | Téléphone |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Viticulteur expérimentateur | Domaine Vincent et Denis Berthaut | Denis Berthaut | | 18 rue Noisot | 21220 | Fixin | denis.berthaut@wanadoo.fr | 06 83 11 98 01 |
| Viticulteur témoin | Domaine Guy Simon et fils | Guy Simon | | 41 grande rue | 21700 | Marey les Fusseys | guysimonetfils@orange.fr | 03 80 62 91 85 |
| Viticulteur "gros domaine" | Domaine Joseph Drouhin | Sandra Berlogey | responsable qualité | 7 rue d'Enfer | 21200 | Beaune | sandrabelorgey@drouhin.com | 03 80 24 68 88 |
| Réseau Consigne | Ecoscience Provence | Mickaël Schneider | Chargée mission consigne | Hôtel de Ville | 83170 | La Celle | contact@reseauconsigne.com | 04 94 69 44 93 |
| Réseau Consigne | Boréal | Hervé Mortelette | | 5 rue de Lourches | 59282 | Douchy les Mines | | |
| Producteur vin de table | Tresch | Olivier Vincent | responsable de production | Chemin de la Pierre qui vire - Montagny les Beaune | 21208 | Beaune cedex | olivier.vincent@tresch.fr | 03 80 26 37 37 |
| Grossiste boissons | Bourgogne Boissons | Claude Parisse | directeur de filiale | 7, rue de Mayence | 21000 | Dijon | claude.parisse@soredis.org | 03 80 78 76 76 |